



## VI. Democratización y comunicación alternativa

### Contexto de la Red de radio y televisión universitaria del Perú

Context of the University Radio and Television Network of Peru

Adrián Menéndez-Valdivia

Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú  
amenendez@puccp.edu.pe

Jenny Pauca-Yari

Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú  
jpauca@unsa.edu.pe

### Resumen

Esta reseña narra la experiencia sobre la formación de la Red de Radio y Televisión universitaria. Refiere muy brevemente las condiciones en que emiten y desarrollan sus actividades las radios universitarias de Perú y la respuesta colectiva al contexto peruano que no permite la operación en condiciones similares para todos los medios de comunicación. Las conclusiones más importantes, nos llevan explicar las dificultades para la emisión de una radio universitaria, en tanto que educativa, y señalar la importancia del respaldo institucional y la colaboración entre medios similares.

### Abstract

This review tells the experience on the formation of the University Radio and Television Network. It refers very briefly to the conditions in which university radio stations in Peru broadcast and develop their activities and the collective response to the Peruvian context that does not allow operation under similar conditions for all media. The most important conclusions lead us to explain the difficulties in broadcasting for a university radio station, including educational difficulties, and to point out the importance of institutional support and collaboration among similar media.

### Palabras clave / Keywords

Educomunicación; radio educativa; televisión educativa; medios de comunicación; medios universitarios.  
Educommunication; educational radio; educational television; media; university media.

---

## 1. Introducción

En Perú el escenario de la radiodifusión se rige por un marco legal desigual que facilita las operaciones a unas emisoras y limita al máximo a otras, definiendo así el tipo de radio por la modalidad de gestión más que por su contenido. Esto define la licencia a asignar: mientras las radios comerciales tienen todas las facilidades para la gestión, producción y emisión, las emisoras educativas y comunitarias están condicionadas en cuanto a recursos, producción de contenidos y hasta cobertura.

En Perú, la radio sigue teniendo una gran acogida y cobertura no solo en las cadenas nacionales sino en medios locales. Mantiene vigencia y capacidad mediática en la transmisión de contenidos, además de ser el medio de mayor credibilidad. Según el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, en el Perú hay 6.033 emisoras entre FM y AM. El 78,3 % son emisoras con licencia comercial, el 20,6% tienen licencia educativa y apenas el 1,1% son emisoras comunitarias. Por otro lado, las emisoras de la cadena pública suman 119, es decir casi el 2%. Hay un evidente desequilibrio en la oferta de contenidos. En este escenario, las radios universitarias con licencia educativa son apenas 9 y otras que emiten por Internet, pero no de manera continua. Estas han devenido en la dificultad en definir una propuesta e identidad, debido a limitaciones técnicas, económicas e institucionales. La radio universitaria, no tiene un camino fácil y a pesar de ello es mucho lo que se espera de los medios de comunicación universitarios. Si partimos de la premisa que toda universidad tiene algo que comunicar hacia adentro y hacia afuera de su campus, entonces debemos valorar que un medio de comunicación universitario implica para Contreras-Pulido y Aguaded (2018: 77) «un paso más en la dotación de estas instituciones educativas de una herramienta de acercamiento y participación ciudadana».

Diversos autores han enfocado el tema la radio educativa, y el consenso acepta que es un escenario en los que confluye la radio y la intensión educativa para la elaboración de contenidos a partir de necesidades específicas de educación formal o como un medio donde la capacitación en radio es a la vez un instrumento incluyente para la formación integral. Aguaded y Martín-Pena (2014), Merayo-Pérez (2000), Roderó (1997), y otros ha propuesto definiciones, todas en la línea de la alfabetización mediática. Sin embargo, al conocer el contexto y condiciones en que se hace la radio, implica un ajuste en la perspectiva.

Convengamos que una radio educativa se caracteriza por los contenidos opcionales a la radio comercial y pública, además de la necesidad de una participación en la producción de contenidos activa y motivada. Los diversos enfoques de lo que es una radio le atribuyen la función de ser promotora de la cultura local, apoyar el sistema de educación formal o no formal y por supuesto, ser de utilidad para una audiencia potencial. Y es justamente todo eso lo que entendemos como radio universitaria: aquella que ofrece contenidos formativos, alternativos a las emisoras comerciales, de articulación social y sin objetivos comerciales. Y bajo esta mirada es que identificamos a la radio educativa en general y especialmente como coordenada de referencia para identificar a una radio universitaria.

Las radios universitarias en Perú, tanto de universidades públicas y universidades privadas, tienen los mismos problemas y similares retos. Debilidades comunes son, por ejemplo, li-

---

mitaciones en la producción, gestión de recursos para operación técnica y administrativa y escasa capacidad para conocer el impacto que generan en la audiencia. Los retos también son homogéneos: construir una programación de calidad, ofrecer información relevante y ser un medio alternativo.

## 2. La red de radio y televisión universitaria

Acogidos por la Red Peruana de Universidades (RPU), en la Asamblea de Rectores de la RPU, agosto del 2020 se aprobó la conformación de la red de medios de comunicación de las universidades públicas y privada que son parte de la RPU. En este acto se define la necesidad de respaldar el desarrollo de los medios universitarios, en especial a la radio, lo que constituye un amplio respaldo institucional.

El objetivo general de la RTVU es el de alentar el rol de los medios de comunicación universitarios en la medida de ser medios educativos, cuya funcionalidad se concentra en la difusión de los contenidos de cada universidad y su articulación con la sociedad cercana. Convencidos del papel de los medios de comunicación universitarios, como espacios de diálogo, debate e información socialmente responsable. Es por ello que se busca tres líneas de acción:

- Fortalecer los medios de comunicación de las universidades integrantes de la RPU. Es por ello que se aspira a resaltar la importancia de la función de responsabilidad social de los medios de comunicación universitarios.
- Promover un espacio de comunicación y contenidos generados desde las universidades de la Red Peruana de Universidades (RPU), promoviendo el intercambio de programas y la coproducción.
- Investigación: tanto en el aspecto académico en el pregrado de cada universidad. Además de operativa, en investigación sobre audiencia y percepción de cada medio universitario.

Se incentiva la adhesión de las universidades integrantes de la RPU que voluntariamente deseen participar en los objetivos de la red de radio y televisión universitaria. En tal sentido se proponen los siguientes criterios:

- Universidades con medios de comunicación: radio (AM, FM, web) y canales de TV (VHF, UHF).
- Universidades con facultades o escuelas de comunicación.
- Universidades que produzcan contenidos posibles de ser compartidos en la RTVU.

Más allá de los retos que tenemos como RTVU, un punto en común entre todos los integrantes es caminar hacia tres tipos de contenidos que, articulados en cada contexto, deberían encaminar la emisora hacia los objetivos esperados. Los contenidos de una radio universitaria podrían identificarse en alguno de los siguientes ejes:

- Eje institucional y académico: programas cuyo origen son las diversas unidades de la universidad. Programas sobre actividades culturales, eventos académicos y proyectos de responsabilidad social.
- Eje de comunidad universitaria: programas de conversación, opinión y debate con grupos de alumnos, docentes y trabajadores de la universidad.
- Eje Sociedad: programas coproducidos con organizaciones sociales e instituciones cercanas a la universidad.

---

Consideramos que en todo medio universitario estos contenidos se desarrollan con el tiempo y que al menos se debería empezar con los dos primeros. Desde la universidad siempre habrá actividades a difundir, desde la comunidad universitaria la experiencia nos ha enseñado el compromiso e interés en comunicar. Sobre el «eje sociedad», es una consecuencia de los dos primeros, en la medida que la universidad articule una vinculación efectiva con organizaciones cercanas geográfica o con interés común.

Finalmente, esperamos la pronta participación del resto de las universidades de la RPU, seguros que se sumarán con alguna de las opciones. En todos los casos se establecerán las buenas prácticas y los estándares técnicos pertinentes. Las universidades integrantes de la Red de Radio y Televisión Universitaria de Perú son:

- Universidad Nacional del Centro del Perú-Radio Universidad.
- Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo-Radio Universidad.
- Universidad Nacional de San Agustín - Radio Universidad.
- Universidad Nacional de Cajamarca - Radio Universidad.
- Universidad Nacional del Altiplano - Radio Universidad.
- Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann-Facultad de Educación, Comunicación y Humanidades.
- Universidad Nacional Hermilio Valdizán - Radio Universidad.
- Pontificia Universidad Católica del Perú - Radio Zona PUCP.
- Universidad Católica de Santa María de Arequipa-Escuela de Comunicaciones.
- Universidad Católica de Trujillo-Facultad de Comunicación Social.

Desde el 2021 la Red de Radio y Televisión Universitaria forma parte de la Red Internacional de radios universitarias (Red RIU). Con quienes se comparte similares objetivos y se busca aprender de las experiencias que pueden encaminar y orientar los pasos a seguir para el fortalecimiento de los medios universitarios en Perú.

### **3. Experiencias**

En esta comunicación contamos dos experiencias en la producción y emisión de contenidos de una radio universitaria. Empezamos con Radio Universidad de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, decana de las emisoras universitarias del Perú y con una propuesta consistente a lo largo de los años de operación. Más adelante revisamos el caso de Radio Zona PUCP, de la Pontificia Universidad Católica del Perú, siendo la más nueva de las emisoras integrantes de la RTVU y que además emite únicamente por Internet.

#### **3.1. Radio Universidad y TV UNSA**

La Oficina Universitaria de Información y Medios de Comunicación de la UNSA está conformada por dos medios de comunicación: Radio Universidad y TV UNSA. Mientras que Radio Universidad fue creada el 18 de abril de 1940, TV UNSA data de 1991, que se creó el Centro de Producción Audiovisual y Emisora de Televisión TVUNSA y posteriormente en 1996 salió al aire a través del Canal 45 UHF. Ambos medios de comunicación se caracterizan por

---

ser una alternativa que ofrece espacios educativos, culturales e informativos, ligados a la participación de especialistas de la universidad en dos grandes ejes: difusión de contenidos educativos ligados con el quehacer de la UNSA y promover la participación de la comunidad agustina y arequipeña en la programación de ambos medios de comunicación. Tiene como objetivo principal dar a conocer a la población arequipeña el trabajo que se realiza la Casa Agustina en el campo de la ciencia, investigación, deporte, cultura, labor académica y humanística por la cual se rige nuestra universidad.

Desde el 2020 se inició una serie de cambios en la programación, para ofrecer a la población contenidos de calidad, en base a los ejes temáticos de nuestra Alma Mater, para ello era indispensable un trabajo conjunto de Radio Universidad y TVUNSA. Los contenidos se emitieron en simultaneo por ambos medios y al mismo tiempo por redes sociales, pero respetando los formatos que identifican a cada medio de comunicación. Con la emergencia sanitaria por COVID 19 se produjeron spots con la finalidad de concientizar a la población sobre esta pandemia.

La Oficina Universitaria de Información y Medios de Comunicación presenta una programación compuesta por 25 programas con contenido especializado en temas médicos, psicológicos, jurídicos, turísticos, periodísticos, culturales, musicales y de sano entretenimiento que permiten a la población aprender a superar y enfrentar situaciones diversas. Todos los programas están avalados por escuelas profesionales, centros de producción, oficinas universitarias, vicerrectorados y rectorado.

Pese a que a lo largo de los años la emisora universitaria de la UNSA ha pasado por diferentes problemas técnicos sin embargo el contenido de la programación sigue orientado al quehacer universitario con programas educativos y culturales. Desde el inicio de operaciones Radio Universidad abre el camino a muchas figuras públicas y deja huella en el acontecer radial de la época.

### **3.2. Radio Zona PUCP**

La propuesta de una emisora universitaria empezó en la Pontificia Universidad Católica del Perú como la actividad de un curso de radio de la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación. Es decir, el paso inicial fue replicar la experiencia de una radio con alumnos. Esa primera emisión fue en junio del 2001 y tuvo como particularidad el uso del streaming, en ese entonces novísima tecnología.

La idea siguió restringida a un curso hasta el 2014 en que se obtienen recursos de la Dirección Académica de Responsabilidad Social para el desarrollo de contenidos ampliando la convocatoria a las diversas facultades y departamentos de la universidad. Desde ese momento, Radio Zona PUCP es un espacio para la difusión académica e institucional de docentes, alumnos y trabajadores de la comunidad universitaria, comprometido en una comunicación socialmente responsable desde la universidad, orientada a la comunidad interna y externa.

Radio Zona PUCP emite programas de radio en vivo, es un espacio que se orienta a un público interno y hacia la sociedad en general. Busca canalizar contenidos e información la

---

variada, interesante y valiosa que se origina en la universidad. Nuestros objetivos son: contribuir a la proyección social de la PUCP, generar espacios para la expresión de inquietudes, expectativas, diálogo y el debate desde la universidad y ser un punto adicional de integración con nuestro entorno. Hasta el 2019 se emitían 20 programas a la semana, 5 horas diarias de lunes a viernes. Se tenía la participación de 73 personas entre alumnos, docentes y trabajadores de la universidad. Los programas eran admitidos mediante convocatoria abierta a la universidad y previo proceso de selección. Además, se escuchan en la programación programas de alumnos de tres cursos de radio cuyo número no suele ser menor a otros 18 programas. Hasta que la pandemia paralizó las actividades. Desde el 2021 con el respaldo del Departamento de Comunicaciones, se han retomado las actividades con 5 programas y este 2022 que hemos empezado con el retorno al campus y la nueva convocatoria de programas. Cabe mencionar que en Radio Zona PUCP tenemos un esquema de capacitación para las personas que no son de comunicaciones y que sus proyectos son seleccionados para ser programas. Esta capacitación enfatiza en la conciencia de lo que se dice y como se dice, pensando en cuán posible de ser comprendida puede ser una idea para el oyente. Este esquema se hace con todos y cada uno de los participantes con la finalidad de desarrollar el aspecto crítico al hacer radio, pero también cuando se escucha.

#### 4. Conclusiones

Así como una radio universitaria sin alumnos es una radio incompleta, una radio universitaria aislada de la sociedad que la acoge es una radio limitada. Ahí radica la importancia de la relación de la radio universitaria y su entorno que en Perú aún tiene camino por andar. En general, las emisoras tenemos limitaciones para sistematizar procesos de producción, garantizar una señal nítida en AM, FM, e inclusive en Internet con software inadecuado. Comprobamos que todas las radios tienen serias dificultades para proponer a los oyentes una programación coherente y funcional, que logre insertar en los espacios contenidos diversos. Y sin embargo, en todas las radios universitarias hay profesionales, docentes y especialmente alumnos comprometidos que siguen con la voluntad de comunicar a través de la radio universitaria.

#### Referencias

- Aguaded, I., & Martín-Pena, D. (2014). Educomunicación y radios universitarias: panorama internacional y perspectivas futuras. Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 124, 65-72.
- Consejo consultivo de radio y televisión CONCORTV (Ed.) (2021). *Estadísticas de la radio y televisión en el Perú*. MTC, Lima.
- Contreras-Pulido, P., & Aguaded, I. (2012). Las radios universitarias como medios de comunicación alternativos al servicio de la ciudadanía. In J.C. Suárez-Villegas (Ed.), *La ética de la comunicación a comienzo del siglo XXI: I Congreso Internacional de Ética de la Comunicación, libro de actas* (pp. 404-416). Universidad de Sevilla.
- Merayo-Pérez, A. (2000). *Identidad, sentido y uso de la radio educativa*. <https://bit.ly/3OvGLuy>
- Rodero, A.E. (1997). *La radio educativa*. <https://bit.ly/3vaUGPD>

# REDES SOCIALES Y CIUDADANÍA

## CIBERCULTURAS PARA EL APRENDIZAJE

*Editores*

Ignacio Aguaded  
Arantxa Vizcaíno-Verdú  
Ángel Hernando-Gómez  
Mónica Bonilla-del-Río

# REDES SOCIALES Y CIUDADANÍA: CIBERCULTURAS PARA EL APRENDIZAJE

Colección *Redes sociales y ciudadanía*  
N. 2 *Ciberculturas para el aprendizaje*  
Primera Edición, octubre 2022

## Editores

Ignacio Aguaded  
Arantxa Vizcaíno-Verdú  
Ángel Hernando-Gómez  
Mónica Bonilla-del-Río

## Comité Científico

Dr. Ángel Hernando-Gómez  
Dr. Octavio Islas  
Dra. Paula Renés-Arellano  
Dr. Abel Suing  
Dr. Marco López-Paredes  
Dr. Diana Rivera-Rogel  
Dr. Julio-César Mateus  
Dr. Osbaldo Turpo-Gebera  
Dra. Patricia de-Casas-Moreno  
Dr. Antonio-Daniel García-Rojas  
Dra. Natalia González-Fernández  
Dra. Antonia Ramírez-García  
Mg. Sabina Civila  
Mg. Rigliana Portugal  
Mg. Mónica Bonilla-del-Río  
Mg. Arantxa Vizcaíno-Verdú  
Mg. Odiel Estrada-Molina

Grupo  
**Comunicar**  
Ediciones

**AlfaMed**



*Esta publicación no puede ser reproducida, ni parcial ni totalmente, ni registrada en/o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni formato, por ningún medio, sea mecánico, fotocopiado, electrónico, magnético, electroóptico o cualquier otro, sin el permiso previo y por escrito de la editorial.*

## Patrocinan



Universidad  
de Huelva

Depósito Legal: H 325-2022  
ISBN: 978-84-937316-9-4  
ISSN 2952-1629  
DOI: <https://doi.org/10.3916/Alfamed2022>

## DERECHOS RESERVADOS © 2022 de esta edición:

Grupo Comunicar Ediciones  
Mail box 527. 21080 Huelva (España)  
Administración: [info@grupocomunicar.com](mailto:info@grupocomunicar.com)  
Director: [director@grupocomunicar.com](mailto:director@grupocomunicar.com)  
[www.grupocomunicar.com](http://www.grupocomunicar.com)

Diseño: *Arantxa Vizcaíno-Verdú*  
Traducción inglés: *Emily Rookes*

Impreso en *Estigraf*, Madrid (España)



Este trabajo se ha elaborado en el marco de Alfamed (Red Euroamericana de Investigación en Competencias Mediáticas para la Ciudadanía), con el apoyo del Proyecto I+D+i (2019-2021), titulado «Youtubers e Intagrammers: La competencia mediática en los prosumidores emergentes», con clave RTI2018-093303-B-I00, financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de España y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), y del Proyecto I+D+i (2020-2022), titulado «Instagrammers y youtubers para el empoderamiento transmedia de la ciudadanía andaluza. La competencia mediática de los instatubers», con clave P18-RT-756, financiado por la Junta de Andalucía en la convocatoria 2018 (Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación, 2020) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).



Con el sugerente título de «Redes sociales y ciudadanía. Ciberculturas para el aprendizaje» presentamos en este texto una ingente obra colectiva de investigaciones, propuestas, reflexiones, estudios y proyectos en el emergente ámbito de la educación mediática.

Con 151 capítulos de 298 autores únicos se ofrece una panorámica general en un mundo postpandemia global con un análisis poliédrico del complejo entramado educocomunicativo que vivimos. Educadores, comunicadores y educocomunicadores, así como profesionales de los más diversos ámbitos de las ciencias sociales abordan aproximaciones complejas, apegadas a la práctica, sobre la sociedad actual, no solo haciendo una radiografía, más o menos amplia, sino también realizando propuestas educocomunicativas que mejoren los parámetros de convivencia con los medios.

Presentamos en el texto aportaciones de 17 países euroamericanos, que conforman la Red de investigadores Alfamed con un amplio número de trabajos: Perú (104), España (59), Ecuador (25), Brasil (23), México (21), Chile (18), Colombia (18), Bolivia (5), Italia (4), Costa Rica (4), Cuba (4), Argentina (4), Paraguay (3), Portugal (2), República Dominicana (2), Uruguay (1), y Eslovaquia (1).

Esta obra enciclopédica que conforma la tercera de la Colección Alfamed del Grupo Comunicar Ediciones se subdivide en siete grandes bloques temáticos: I. Prosumers (Instagrammers, youtubers y tiktokers), II. Redes sociales y escuela, III. Ciberciudadanía, ética y valores, IV. Alfabetización mediática y formación de profesores, V. Audiencias y ciberconsumo crítico, VI. Democratización y comunicación alternativa, y VII. Nuevas tendencias: fake news, datificación...



Grupo  
**Comunicar**  
Ediciones

**AlfaMed**



Universidad  
de Huelva