



315012
3
UNIVERSIDAD SALESIANA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

INCORPORADA A LA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

292132

LA RADIO Y TELEVISION DE LAS ESCUELAS Y FACULTADES
DE PERIODISMO Y COMUNICACION COMO ALTERNATIVA
PARA FORTALECER LA COMUNICACION EDUCATIVA
INSTITUCIONAL: EL CASO DE LA UNIVERSIDAD SALESIANA
DE LA CIUDAD DE MEXICO.

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P R E S E N T A :

LAURO ALEJANDRO CUEVAS MONJARAS

ASESORIA DE TESIS: LIC. JULIANA CASTELLANOS PEDRAZA



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A mis padres Lauro y Lulu,
por su ejemplo
y gran amor.

A mi esposa Ana María
por que, en todo momento,
somos mucho más que dos.

A mis hijos Ximena y Pauto
por que dibujan de colores
mi existencia

A mis hermanos Mercedes y Lizandro
por ser mis mejores amigos.

A mi sobrino José María
por su alegría.

A mis abuelos Cosme y Rosaura
grandes educadores

A mis suegros
Bernardo y Ana María
por su invaluable apoyo.

AGRADECIMIENTOS

Por haberme brindado la oportunidad de contribuir al mejoramiento de la institución, deseo brindar un justo agradecimiento a la Comunidad Salesiana de Santa Julia:

Al R.P. Dr. Roberto Guzmán Leal s.d.b, por su entrañable amistad y por ser testigo y participe de los momentos más importantes de mi vida.

Al R. P. Lic. Miguel Bagatella Corte s.d.b, por su confianza e interés en los laboratorios de Radio y Televisión de la Universidad Salesiana.

Al R. P. Lic. Thelían Argeo Corona Cortes s.d.b. por compartir su enorme gusto por el video y la comunicación humana en general.

A la Lic. Juliana Castellanos Pedraza, por su profesionalismo, observaciones y por el gran amor que le tiene a la Radio.

No puedo dejar de mencionar a personas que, de una u otra manera me animaron para culminar este esfuerzo: al Mtro. David Frago Franco, a la Lic. Emma Gutiérrez, a la Profra. Ana María González, al Ing. Jesús Castro, al Prof. Carlos Andrés Hernández y a todos mis alumnos que refrendan diariamente las bondades del trabajo universitario.

Finalmente extendiendo un último agradecimiento a familiares y educadores que valoran diariamente la gran empresa del ser humano:

Victor Monjarás, Estela Féria, Jesús Monjarás, Alicia Monjarás, Lilian Rivera y Marco, Daniel Rivera, Charo y David, Mauricio, Bernardo y Verónica Rivera Juárez, Luis Gerardo Cuevas, Consuelo Cuevas y Rosa María Cuevas.

Gracias, San Juan Bosco.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	
CAPITULO I: COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN	10
1.1 La Comunicación Humana	10
1.1.1 El Proceso de Comunicación	13
1.1.2 Elementos del Proceso de Comunicación	15
1.1.3 Tipos de Comunicación	16
1.1.4 Medios de Comunicación	18
1.1.5 Conocimiento, Cultura y Comunicación	23
1.2 Educación	28
1.2.1 Pedagogía	30
1.2.2 Divisiones y Tipos de Educación	32
1.2.3 Principales Características de la Educación desde el punto de vista de la Comunicación	34
1.3 Comunicación Educativa	38
1.3.1 Educación con los Medios	43
1.3.2 Educación por los Medios	43
1.3.3 Educación para los Medios	44
CAPITULO 2: HACIA UNA DEFINICIÓN DE LA RADIODIFUSIÓN UNIVERSITARIA	46
2.1 La Radiodifusión	47
2.2 Modelos y Tipos de Radiodifusión	49
2.2.1 El Modelo Educativo y Cultural	51
2.2.2 Radiodifusión Universitaria	55
2.3 Preceptos Legislativos que Rigen a la Radiodifusión: El Caso de México.	56
2.3.1 En cuanto a su Función Social	60
2.3.2 En cuanto a sus Órganos Facultados	61
2.3.3. En lo relativo a las Sanciones	63
CAPITULO 3: LA RADIO COMO MEDIO EDUCATIVO Y CULTURAL	65
3.1 La Radio en México	66
3.1.1. Panorama Actual	72

3.2 Desarrollo de la Radio Educativa y Cultural	78
3.2.1 Radio Educación	79
3.2.2 Radio UNAM	82
3.2.3 La Radio en otras Universidades Públicas, Privadas y en el IPN.	86
CAPITULO 4: EDUCACIÓN Y CULTURA A TRAVÉS DE LA TELEVISIÓN.	93
4.1. La Televisión en México	97
4.2 La Televisión Educativa en México	102
4.3. La Televisión Cultural en México	104
4.3.1 Canal 22	106
4.4 La Televisión Universitaria en México	108
4.4.1 TV - UNAM	108
4.4.2 Canal 11 del IPN	120
4.4.3 La Televisión en Universidades Públicas de Provincia	127
CAPITULO 5: LA RADIO Y TELEVISIÓN DE LAS ESCUELAS Y FACULTADES DE COMUNICACIÓN Y PERIODISMO	130
5.1 Las Primeras Escuelas de Comunicación en México y su Enfoque	131
5.2 Entrevistas a Responsables de Laboratorios de Radio y Televisión	137
5.2.1 Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (UNAM)	138
5.2.2 Universidad Iberoamericana (Campus Santa Fe)	141
5.2.3 Universidad Autónoma Metropolitana (Xochimilco)	144
5.2.4 Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (Campus Lago de Guadalupe)	148
5.2.5 Universidad del Valle de México (Plantel Tlalpan)	151
5.2.6 Universidad Intercontinental	152
5.2.7 Escuela Nacional de Estudios Profesionales (Acatlán)	154
5.2.8 Universidad del Tepeyac	157
5.2.9 Otras Universidades Particulares con Instalaciones de Radio y Televisión	159
5.3. La Radio y Televisión de la Universidad Salesiana	161
5.3.1 Antecedentes y Filosofía de la Universidad Salesiana	161

5.3.2 La Carrera de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Salesiana y sus Servicios de Radio y Televisión	163
5.3.3 Situación Actual de los Talleres de Radio y Televisión de la Universidad Salesiana de México	169
CAPITULO 6:	
PROPUESTA TENDIENTE A APROVECHAR LA CAPACIDAD INSTALADA DEL CENTRO DE MEDIOS DE LA UNIVERSIDAD SALESIANA PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN EDUCATIVA INSTITUCIONAL.	177
CONCLUSIONES	187
ANEXOS	193
BIBLIOGRAFÍA	198

INTRODUCCIÓN

La radio y la televisión son medios de todos los días. Se utilizan tanto, como en antaño era frecuente leer los diarios, acudir al cine o dar un paseo. A través de ellos nos informamos, divertimos, entretenemos y, de una forma u otra, también nos educamos.

La radio y la televisión son medios del siglo veinte; no sólo porque nacieron durante este periodo, sino también porque contribuyeron a crearlo. Las transformaciones que estos dos medios han generado en la civilización, son innumerables y sus consecuencias aún no han sido totalmente asimiladas.

Existen, a la manera de Umberto Eco: apocalípticos e integrados, defensores y críticos mordaces de estos medios; pero pocos comprenden, que no hay vuelta atrás. Que nadie va a suspender las transmisiones de radio y televisión y que, o aprendemos a vivir con ellos y a luchar por convertirlos en verdaderos instrumentos de comunicación dialógica o permaneceremos eternamente como receptores pasivos de mensajes que no corresponden a una realidad creada por nosotros mismos.

Desde que nace, todo hombre tiene como prioridad fundamental el aprender a comunicarse y cuando logra hacerlo, de cualquier forma y a través de cualquier lenguaje, se convierte verdaderamente en un ser humano, en un ser social.

El que comunica construye, integra, transmite y motiva; aunque también destruye, domina y manipula. La comunicación es una de las facultades más valiosas que posee el ser humano y es evidente que puede servir a fines muy distintos.

La radio, la televisión y ahora las computadoras, son los medios de comunicación que dominan al mundo. Sus cualidades en cobertura, distancia, tiempo y expectación les ha colocado por encima de muchos otros medios que tienden a disminuir su parámetro de influencia e incluso mucha gente los ha olvidado por completo.

En una vida tan rápida y compleja, nadie tiene tiempo para sentarse a leer un libro o mantener una conversación más larga de lo que permiten las redes satelitales o la telefonía celular. La gente sale de su casa y ahí está la radio, llega por la tarde o noche y enciende el televisor. Esta es la rutina diaria de millones de hombres, mujeres y niños de todo el mundo.

Esta es también la fuente de información más socorrida en nuestra vida moderna y al ocurrir algún percance de consecuencias nacionales o mundiales, la humanidad recurre a ella sin cortapisas. Si estalla una guerra o conflagración, vemos y escuchamos lo que las cadenas mundiales de la información quieren que veamos y escuchemos. En el terreno de la radio y la televisión el poder es el que manda; no en balde existen los ciudadanos Kane, Gates, Rockefeller, Azcárraga o Satinas Pliego. Hay incluso quien identifica este poder con nuevas formas de colonialismo.

En este contexto, México se presenta como un país de contrastes. Contrastes extremos que se distinguen en todos y cada uno de los ámbitos que lo conforman como nación.

En el campo tecnológico, por ejemplo, observamos que la alta tecnología se implementa a la par - y aún a expensas - del atraso, el analfabetismo y la pobreza. Así, en un país con cuarto de primaria como nivel máximo de escolaridad, se utilizan computadoras, teléfonos celulares, localizadores satelitales y medios de comunicación tan importantes como la radio y la televisión.

En el terreno educativo, los contrastes tampoco pueden ocultarse y mientras que un sector minoritario de la población cuenta con todas las facilidades y elementos para educarse (familia, escuela, libros, películas, videos, computadora, etc.), una enorme mayoría, permanece al margen de la educación y de los apoyos mínimos necesarios para llevarla a cabo, integrándose a esa masa uniforme que la UNESCO ha denominado "analfabetos funcionales" cuya principal característica es la de contar con

experiencias funcionales de vida, pero con una marcada incapacidad para descifrar signos y por ende, comprender lo que está sucediendo en su entorno.

La situación es por demás alarmante si consideramos el controversial papel que, en este contexto, juegan los medios de comunicación masiva, específicamente la radio y la televisión como poderosos instrumentos por donde fluyen mensajes hacia la sociedad.

Aparentemente se enfrenta, un doble problema: de orden educativo y comunicacional; aunque en realidad es uno solo, pues ahí donde la comunicación es necesaria para que exista la educación, sin educación se deteriora la comunicación. Ambos términos confluyen y se reelaboran a la luz de un mismo problema: el de la comunicación educativa y el papel de los medios de comunicación electrónica, específicamente la radio y televisión.

Si atendemos al estado actual en el que se desarrollan estos dos medios de comunicación en nuestro país, observaremos que ambos se encuentran dominados por un modelo comercial privado que sistemáticamente ha impedido, entre otras cosas, la participación de sus receptores en la elaboración de sus contenidos, convirtiéndose en un pequeño pero poderoso núcleo emisor que dirige mensajes a una enorme cantidad de individuos.

Conformados como una poderosa industria (la del entretenimiento), que genera diariamente millones de dólares, la radiodifusión - que incluye tanto a la radio como a la televisión - sustenta el contenido de sus transmisiones en criterios como el lucro, la ganancia y la competencia, relegando y pormenorizando aspectos tan importantes como la educación y la cultura.

Estas dos últimas funciones han tenido que ser abordadas, después de algunos años, timidamente por el gobierno y, en forma entusiasta, aunque sin recursos, por las instituciones de educación superior del país. Conscientes de que educar y difundir la

cultura es una de sus funciones, el gobierno se ha visto incapaz de aprovechar estos dos medios de comunicación, sobretodo cuando en esta función no observa ventajas de orden económico o político. Las escuelas y universidades, por su parte, ven estas dos funciones como naturales a su que hacer, por ello siempre han insistido en establecerlas y difundirlas a través de todos los medios posibles.

Así en los años setenta y a efecto de recuperar, los casi 30 años en que no fueron aprovechados los medios electrónicos, se presenta en México la proliferación de instancias - gubernamentales y educativas - cuyo principal objetivo fue el de emplear los medios de comunicación existentes para educar y difundir la cultura. La situación económica, política y educativa de México lo permitió y de esta manera, tanto el gobierno como las instituciones de educación superior se lanzaron a la aventura de planear, producir y difundir programas educativos y culturales, bajo esquemas, objetivos, recursos y perspectivas de las más variada índole.

Surgen entonces grandes proyectos como el de Televisión Rural de México o Telesecundaria a cargo de las Secretarías de Gobernación y de Educación Pública respectivamente. Se fortalecen las radios y televisoras educativas y culturales que ya existían y que operaban la UNAM (Radio y T.V. UNAM) y el Instituto Politécnico Nacional (Canal 11). El gobierno contaba entonces con una estación de radio (Radio Educación) y dispuso de un canal propio de televisión, el 13, originalmente reservado para la UNAM y que con el tiempo se integraría a una red con amplias posibilidades (IMEVISIÓN) que después desaparece. Y finalmente, las oficinas públicas y Universidades crean infinidad de Departamentos de Medios Audiovisuales; construyen instalaciones y adquieren los equipos necesarios para la producción de materiales de carácter educativo y cultural. Esta tendencia se mantiene por más de una década, creandose instancias como el Instituto Mexicano de la Radio (IMER) en 1983.

La mayoría de Secretarías de Estado y empresas Paraestatales como el Instituto Mexicano del Seguro Social, la Secretaría de Turismo, Secretaría de Gobernación, etc., contaban, en ese tiempo, con múltiples departamentos y áreas de Medios Audiovisuales.

La lógica que imperaba, era la de *recobrar el tiempo perdido* y aprovechar el papel que la radiodifusión comercial privada había desdeñando. Cabe mencionar que en este periodo, comenzaron también a multiplicarse las Escuelas y Facultades de Periodismo y Comunicación, generando la salida de cientos de profesionales, que fueron bien acogidos en muchas de estas instancias que se han mencionado.

El objetivo de crear estas escuelas especializadas en periodismo y comunicación atendía, sobretudo, a una clara necesidad de profesionalizar el oficio y además, dar seguimiento local a infinidad de estudios que se realizaban en otros países. Sin duda, influyó también el crecimiento de las empresas privadas de comunicación; en especial las de radio y televisión, a las cuales los comunicadores de carrera se han venido incorporando paulatinamente.

Con ello se creaban dos nuevos profesionistas, el comunicador y el comunicólogo, que se encontrarían en posibilidad de mejorar los medios - desde una óptica más ética - y podrían profundizar en el estudio de los problemas relacionados con la comunicación humana; con lo cual, todos aquellos intentos de implementar programas de tipo educativo, cultural y universitario se verían beneficiados.

Sin embargo, es relevante que después de más de sesenta años de existencia de la radiodifusión educativa, cultural y universitaria, no existan todavía criterios comunes y un pensamiento homogéneo con respecto a objetivos, tendencias y formas de financiamiento que definan con mayor claridad este tipo de comunicación.

De forma tal, que con la intención de armar un complejo rompecabezas llamado la Radio y la Televisión Educativa, Cultural y sobretudo Universitaria, hemos decidido considerar como piezas valiosas para este trabajo, la proliferación y fortalecimiento de la radio y televisión educativa, cultural y universitaria en México, junto con el crecimiento paralelo de la carrera de Ciencias de la Comunicación en los años setenta.

Otras piezas importantes para intentar definir el concepto de Radio y Televisión con fines educativos o culturales y producida por Universidades, son de carácter teórico-conceptual y se sustentan en el desarrollo de la Ciencia de la Comunicación Humana, de la Pedagogía y en postulados sociológicos que tienen que ver con la cultura. Un aspecto importante es la consideración de un campo interdisciplinario, relativamente joven, que ha sido llamado Comunicación Educativa, y que coincidentemente adquiere también fuerza a partir de los años setenta.

Es significativo, que la mayoría de estudios que se han realizado con respecto a la radio y televisión universitaria, consideren preferentemente a las Universidades Públicas, pues es en ellas donde se han obtenido mayores experiencias. Sin embargo, desde hace ya algunos años, muchas instituciones particulares cuentan con instalaciones, equipo y experiencia suficiente en la producción de programas, tanto de radio como de televisión; además han generado un número aún desconocido de videos y audiocasetes de registro, documentales, noticiarios y programas de carácter educativo y cultural, que los convierten, no sólo en un concreto objeto de estudio sino también en instancias de comunicación educativa y cultural.

En este sentido, el presente trabajo de investigación tiene como principal objetivo el reconstruir de una forma coherente y organizada el concepto de radio y televisión universitaria, para considerarlo como una alternativa para la organización y funcionamiento de los laboratorios de radio y televisión de la Universidad Salesiana de la ciudad de México.

Consideramos que no es suficiente el que las Universidades cuenten con las instalaciones necesarias para practicar y producir programas de radio y televisión, en apego a los requerimientos de la carrera de Ciencias de la Comunicación, de las autoridades o de la iniciativa de alguna otra instancia; sino que basándose en las experiencias y logros de la radio y televisión escolar o universitaria de otros países y de México mismo, este tipo de comunicación representa una opción real para reforzar todos aquellas acciones educativas y culturales a través de la radio y la televisión, que

debemos aprovechar quienes de una u otra forma estamos ligados al que hacer de la radiodifusión universitaria.

El primer capítulo de este trabajo, está integrado por valiosos enfoques teóricos que, aún a pesar de haber sido utilizados en numerosas investigaciones, siguen iluminando el terreno para nuevos estudios. En este sentido, el capítulo conforma un marco teórico-conceptual de la comunicación humana y de su relación directa con la educación.

El capítulo dos, junto con el tercero y el cuarto, se abocan fundamentalmente a definir y marcar los límites y posibilidades de la radio y televisión universitaria, que lamentablemente y para el común de la población han sido marcadas ya, con las mismas etiquetas de la radiodifusión educativa o cultural.

En el dos particularmente, se define el término "radiodifusión" y se analizan los modelos, tal y como se han venido generando históricamente, haciendo hincapié, obviamente en los modelos educativo, cultural y universitario; además se hace un análisis de los preceptos legislativos que rigen la radiodifusión en México, sobretodo para distinguir la total omisión de la radio y televisión universitaria, como figura jurídica.

En los capítulos tres y cuatro respectivamente, se considera el desarrollo histórico de la radio y la televisión poniendo énfasis en las experiencias y proyectos de tipo educativo, cultural y universitario, aunque también se ha considerado necesario atender el crecimiento y desarrollo de la radiodifusión comercial, para obtener un panorama general de la problemática.

En el quinto capítulo se presentan los resultados obtenidos en las entrevistas efectuadas en algunas de las Universidades Particulares y Públicas más importantes del Distrito Federal. Aquí, fueron entrevistados los responsables de las instalaciones de radio y televisión para conocer la forma en que trabajan, la capacidad de sus equipos y

si en algún momento han elaborado algún proyecto que les permita incidir favorablemente en el terreno de la Comunicación Educativa.

Este primado metodológico nos permite confrontar así las diversas experiencias de las instituciones de educación superior más importantes del Distrito Federal y su área conurbada, con las acciones que se han llevado a cabo en el campo de la radio y la televisión dentro de la Universidad Salesiana de la ciudad de México.

Esta confrontación se ha hecho necesaria pues la hipótesis del trabajo sostiene que: *"Las instalaciones de radio y televisión de las Escuelas y Facultades de Periodismo y Ciencias de la Comunicación, son instrumentos que permiten fortalecer la comunicación educativa institucional"*.

Por tanto se recuperan las experiencias y formas de trabajo de cada institución y se elabora una Propuesta propia de la Universidad Salesiana, que constituye el sexto y último capítulo. En este, se ha intentado incidir lo menos posible en el enfoque administrativo para dar mayor énfasis al comunicacional; sin embargo, se consideran algunos conceptos básicos de organización y calidad imprescindibles para dar cuerpo a la propuesta mencionada.

Un aspecto que no puede dejarse de lado, es el que se refiere a los problemas que tuvieron que afrontarse para la elaboración de este trabajo recepcional. El primero de ellos tiene que ver con la realización de las entrevistas, que generó algunas inquietudes entre los responsables de los talleres de radio y televisión de las Universidades visitadas, por ser áreas que no están acostumbradas a visitas de este tipo. Cabe mencionar el caso de la Universidad Anáhuac del Norte en donde se realizaron cuatro visitas y en ninguna fue posible realizar la entrevista. Otra dificultad que se conocía de antemano, fue la de ubicar las fuentes de información relativas a la radiodifusión de las Escuelas y Universidades de Periodismo y Ciencias de la Comunicación, por ello se recurre a entrevistas personales, periódicos y revistas que rescatan datos más frescos que la bibliografía existente.

Tampoco puede omitirse el merecido agradecimiento que se extiende a directivos, profesores, responsables y asistentes de algunas de las Universidades visitadas por su profesionalismo y ayuda desinteresada. Dentro de estos es preciso dar gracias al Licenciado Gilberto Aceves (encargado del Departamento de Organización y Métodos de TV UNAM), al Señor Jorge Cedeño del Tecnológico de Monterrey Campus Estado de México, al Señor Ángel Suárez de la Universidad del Valle de México Plantel Tlalpan y al Licenciado Enrique Martínez Rivas de la Universidad Intercontinental.

La forma actual en que se manejan la radio y la televisión requieren de un cambio significativo, pues se está desperdiciando el enorme potencial que poseen. Los proyectos que pretendan hacer uso de la radio y la televisión para mejorar la comunicación y el entendimiento y para dar su justo lugar a los valores humanos, sólo tendrán sentido y buen curso en la medida que tengan sustento y sobretodo, en que existan comunicadores con la confianza y voluntad para llevarlos a cabo, desde la raíz de su formación profesional.

CAPÍTULO I. COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

"La educación es comunicación, es diálogo..."

Paulo Freire

Entre comunicación y educación existe un vínculo natural y necesario. La comunicación permite el intercambio de significados entre los seres humanos; la educación, facilita su desarrollo. La influencia actual de los medios de comunicación en el aprendizaje es un hecho social que está transformando los modelos educativos tradicionales y con ello, las formas de percibir, convivir, trabajar, participar y transformar el mundo.

La educación actual ha comenzado a considerar la importancia de los medios de comunicación en el proceso de enseñanza - aprendizaje. Bajo estos términos, aparece un nuevo campo de estudio que se orienta hacia la comprensión del proceso de comunicación en la educación. A esta nueva rama se le ha llamado comunicación educativa y para una mejor comprensión de sus directrices y posibilidades, es necesario llevar a cabo una revisión de los postulados teóricos en que se sustenta.

1.1 La Comunicación Humana

COMUNICAR viene del latín "COMUNICARE" que significa "poner en común". La comunicación es la transmisión de ideas, pensamientos, emociones y sentimientos entre dos o más personas. Comunicarse es pues, compartir experiencias, estar en relación, sentir emociones y hacer que otros las sientan, entender y ser entendido, dar y recibir conocimientos, provocar cambios, modificar conductas en los demás y en uno mismo. Comunicar no es sólo emitir mensajes, es sobre todo el acto de provocar respuestas.

Para que exista realmente la comunicación es preciso que ésta se dé en dos sentidos, es decir, que cuando una persona envía un mensaje, al recibirlo la otra persona, dé a su vez uno de respuesta; así comunicarse es establecer un diálogo y si este no existe, no es posible hablar de una verdadera comunicación. Es por ello que en su forma ideal, el propósito de la comunicación es lograr el conocimiento y la comprensión del hombre por el hombre.

Sin embargo, en la historia de la humanidad la comunicación no siempre ha tenido como objetivo fundamental el "poner en común"; muchos individuos o grupos la han utilizado como instrumento de control y dominación para imponer o refrendar su dominio.

La comunicación es un fenómeno muy amplio que abarca desde los intercambios y prácticas cotidianas hasta situaciones más complejas. Es un elemento fundamental de nuestra vida diaria y se encuentra presente mediante signos y lenguajes diversos. De esta forma, existe la comunicación hablada, escrita y la no verbal, entre muchas otras, que han tenido que separarse para su estudio. Sin embargo, la comunicación es un todo integrado, está presente permanentemente y ha sido utilizada por la humanidad desde siempre.

El empleo del término comunicación no es nuevo pero es hasta mediados de este siglo cuando se le comienza a estudiar como proceso. En el siglo XIV la palabra comunicación aparece en la lengua francesa y se le relacionaba con la participación en común. Dos siglos después, en el XVI es asociada al hecho de transmitir, desde entonces predomina en todas las acepciones francesas.

En la lengua inglesa aparece también el término "*communication*" el cuál es relacionado con el desarrollo de los medios de transporte; este término es aplicado, asimismo, a los medios masivos en el siglo XIX en Estados Unidos y hacia 1950, fue adoptado en Gran Bretaña, esta última acepción se extiende desde entonces y es incluida en los diccionarios.

De la comunicación existen tantas definiciones como corrientes de pensamiento. Es a partir de la segunda mitad del siglo XX cuando se ha tratado de definir y entender la complejidad de este proceso, a través de estudios, análisis, modelos, interpretaciones, etc. La puesta en marcha de tales estudios ha permitido crear la Ciencia de la Comunicación Humana como una disciplina autónoma.

A juicio de Alicia Poloniato, *"la comunicación atraviesa una diversidad de áreas y campos disciplinares, en este sentido se considera que, hasta ahora, no tiene un objeto propio de estudio y su campo es esencialmente interdisciplinario y fragmentado"*, tal vez esa sea la razón del surgimiento de distintos enfoques y perspectivas sobre esta disciplina.¹

A pesar de las divergencias, la mayoría de estos estudios parten de la premisa básica de que la comunicación humana es, ante todo, un fenómeno social: *"La historia dice Felipe Calderón Vega- jamás ha encontrado al hombre aislado, ni la filosofía más burda le concibe en soledad"*².

En este sentido se puede señalar que dónde existe sociedad, hay comunicación; porque no es posible imaginar a un grupo humano sin la posibilidad de intercambiar pensamientos, deseos, descubrimientos o ideas. Sobre todo cuando al referirse a sociedad, se piensa en un término dinámico que involucra conceptos como civilización y cultura, entendidos como grandes logros científicos y tecnológicos, manifestaciones artísticas, ideas, usos y costumbres; así como conflictos y conductas destructivas que serían inconcebibles sin un proceso comunicativo.

Dicho proceso se desarrolla a la par del desenvolvimiento social y adopta las características que el grupo le imprime. Puede presentarse a nivel interpersonal, cuando un individuo intercambia información con otro; o a nivel masivo cuando una o varias personas se comunican con un enorme grupo de individuos. Así la

¹ Poloniato, Alicia. *"Introducción al Módulo de Comunicación Educativa y Cultural"* En Maestría en Teología Educativa. PROMESUP-OEA-ILCE. México, 1992. p. 9.

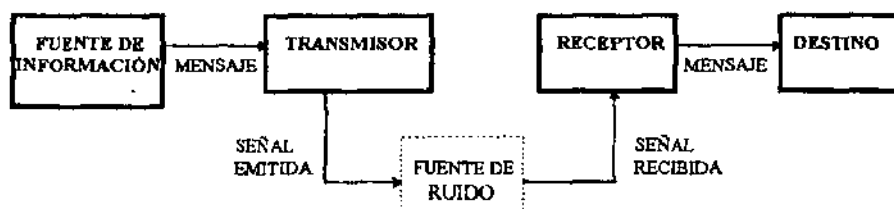
² Calderón Vega, Felipe. *"Iniciación a la Sociología"*. Edit. Jus, México, 1983. p. 17.

comunicación se da en diversos sentidos, como la acción de comunicar algo a alguien, el mensaje que se comunica a una masa heterogénea de individuos, el medio que se utiliza para comunicarlo, etc.

1.1.1 El Proceso de Comunicación

Ante la multiplicidad de formas en que puede presentarse el proceso de la comunicación humana, se han elaborado diversos modelos con la intención de explicar su origen, elementos y funcionamiento. Sin embargo, es preciso considerar a estos modelos, únicamente como instrumentos de análisis, ya que si bien permiten simplificar y describir la realidad para su estudio, también pueden llevar a la esquematización o estandarización de los fenómenos.

Uno de los modelos más aceptados y utilizados es el llamado *Modelo Comunicativo Informativo* o *Modelo Matemático de la Información* elaborado por Shannon y Weaver en 1947, el cual se presenta a continuación:



Este modelo nos indica que *"existe siempre una fuente o manantial de información, desde la cual, a través de un aparato transmisor, es emitida una señal; esta señal viaja a través de un canal a lo largo del cual puede ser interferida por un*

¹ Fuente: "Modelos de Comunicación" : CIESPAL. Tomado de Shannon, Claude E., Y Weaver, Warren, "The Mathematical Theory of Communication", Urbana, University of Illinois, 1949, p. 5.

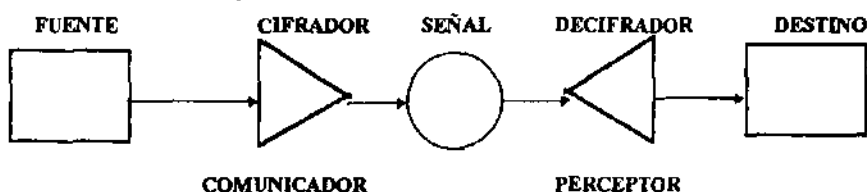
ruido. Al salir del canal, la señal es recogida por un receptor que la convierte en mensaje. Como tal el mensaje es comprendido por el destinatario"³

A juicio de Mauro Wolf este modelo ha tenido "una presencia constante en los estudios comunicativos, probablemente ayudado por su aplicabilidad a fenómenos muy heterogéneos"⁴, ya que de una forma u otra "todo proceso se desarrolla" según este esquema, aún si se produce entre dos máquinas, dos seres humanos o entre una máquina y un ser humano.

Además este modelo ha sido utilizado como base para la elaboración de nuevos modelos que consideran ciertos elementos, condiciones o funciones que el modelo original no precisaba.

Tal es el caso del modelo elaborado por Schramm unos años después, en el cual introduce conceptos como el de cifrador o comunicador y el decifrador o receptor. Estos conceptos fortalecerían el modelo informacional en uno de sus puntos más débiles; el relativo al ser humano y a la infinidad de significados que éste puede elaborar a diferencia de la limitada capacidad de una máquina.

El modelo de Schramm es el siguiente *:



*Fuente: Schramm, Wilbur, " *Proceso y Efectos de la Comunicación Colectiva*", Quito, Ecuador, Ediciones CIESPAL, p.4

³ Eco, Umberto, citado por Wolf, Mauro en " *La Investigación de la Comunicación de Masas*". Ed. Paidós, México, 1994. p. 128.

⁴ *Ibidem*. p. 129. Es significativo el ver como diversas teorías de la comunicación, aun siendo antagónicas, toman como punto de partida este modelo para poder desarrollar sus preceptos.

Otro concepto fundamental que se agrega al modelo informacional es el de **retroalimentación** o *feed back* que se refiere a la respuesta del perceptor o destinatario del mensaje.

La existencia de la **retroalimentación** en un proceso comunicativo, permite transformar procesos meramente informativos en comunicativos, estableciendo la necesaria diferencia entre ambos términos. Se puede señalar que la información representa los datos, el contenido del mensaje. Al proceso mediante el cual dos individuos tienen posibilidad de evocar en común un significado, como resultado del intercambio de información, le denominamos entonces sí como comunicación.

1.1.2. Elementos del proceso de comunicación

Daniel Prieto Castillo señala que en un proceso de comunicación intervienen por lo menos ocho elementos:

1. El emisor "*todo individuo, grupo o institución que elabora un mensaje con una determinada intención*"⁵, el mensaje dependerá de lo que el emisor considera que debe recibir el destinatario.
2. El receptor o perceptor quien "*recibe el mensaje*" y puede ser también un individuo, grupo o institución que recibe e interpreta, él mismo, desde su respectivo marco de referencia y mediante un conocimiento del código utilizado.
3. El mensaje que corresponde a lo transmitido, al contenido del mensaje, "*su organización responde a un código y a una intencionalidad del emisor*" es el producto físico real del emisor.

⁵ Cfr. Prieto Castillo, Daniel, "*Elementos de Comunicación*" en *Elementos para el Análisis de Mensajes*. ILCE-México, Edición 1992, p. 17. Cabe señalar que los elementos que propone Prieto Castillo son retomados de otros autores que con anterioridad los definieron. (Schramm, Berlo, etc.); sin embargo, al incluir el marco de referencia y el concepto de formación social el proceso se enriquece y adquiere un significado adecuado para esta investigación.

4. El canal o *"medios que sirven para difundir o poner en circulación un mensaje"*. Estos son muy diversos: La palabra oral o escrita, señales audibles y visuales, signos convencionales, medios impresos, electrónicos y telemáticos.
5. El referente o *"tema del mensaje, aquello a lo que este alude"*. Para su producción y transmisión se considera la posible interpretación del perceptor.
6. El marco de referencia que *"constituye el contexto inmediato que permite la interpretación del mensaje"*. Puede ser una comunidad, una escuela, un grupo político, etc.
7. El código o *"reglas de elaboración y de combinación de los elementos de un mensaje. Reglas que deben ser conocidas tanto por el emisor como por el perceptor. De ahí que también pueda definirse las como conjuntos de obligaciones de elaboración y de interpretación de mensajes"*. Es el conjunto de signos cuyo significado puede ser entendido por otros.
8. El concepto de formación social que *"permite situar los procesos en sus condiciones económicas, políticas y sociales fundamentales. La formación social es equivalente a un determinado país, tomado en cuenta tales condiciones y la manera en que en ella influyen otras formaciones sociales"*. Se considera como el marco de referencia o contexto en donde se efectúa el proceso comunicativo y su influencia es determinante tanto para el emisor como para el perceptor y los diferentes signos que constituyen el mensaje. La clase social, por ejemplo determina el mensaje y las intenciones del emisor cuando habla a un perceptor de un estrato social diferente.

1.1.3. Tipos de Comunicación

Existen tres tipos de comunicación dependiendo de la manera en que se relacionan los dos polos esenciales del proceso: el emisor y el perceptor. Estos son: interpersonal, intermedia y colectiva.

1. En el primero, *interpersonal*, los participantes se relacionan cara a cara, tienen posibilidades de convertirse en forma alternada en emisores y receptores, en lo que comúnmente se determina diálogo. El intercambio de mensajes o información se presenta por lo general a través de la palabra, a la cual se suman gestos, miradas o entonaciones que refuerzan la intención del emisor. Para Ferrer *"el diálogo del hombre (...) ha sido, siempre, el medio de medios"*⁶
2. La *comunicación intermedia* caracteriza a aquellos grupos que comparten una cierta finalidad (educativa, laboral, política, etc.) y cuyos miembros pueden entrar en relación interpersonal cuando lo consideren necesario. Son condiciones la proximidad espacial, la similitud de tareas e intereses generales, la circulación entre el grupo de mensajes que de alguna manera resulten de importancia para la mayoría.

Ejemplos de situaciones de comunicación intermedia se presentan en comunidades de una cierta cantidad de habitantes, o bien organismos como una escuela, facultad, sindicato, etc. Los mensajes que se distribuyen en esos grupos tienen un radio más o menos limitado, en general el que corresponde al ámbito; es decir, se trata de publicaciones especiales, programas de radio y televisión de circuito cerrado, películas, boletines, etc. y aunque existe la pretensión de abarcar a un número cada vez mayor de receptores, las posibilidades de hacerlo son limitadas.

La comunicación de tipo intermedio surge cuando el contacto persona a persona se dificulta; es decir cuando el número de emisores y receptores aumenta, se dispersa dentro de un área limitada y las características de sus actividades difieren relativamente.

Las Escuelas o Universidades son un ejemplo de organismos dónde la comunicación intermedia es necesaria. Ubicados dentro de un espacio físico determinado, maestros, alumnos, directivos y trabajadores administrativos interactúan diariamente. Todos ellos

⁶ Ferrer, Eulalio. "Comunicación y Opinión Pública" Edit. Costa-Amic. México 1974. p. 15.

comparten un objetivo común -brindar y recibir servicios educativos-. Pero cada uno, tiene también una responsabilidad distinta y por lo tanto buscarán los medios adecuados para comunicarse con los demás. Es entonces cuando aparecen circulares, memorándums, boletines, películas, periódicos murales, etc. En la actualidad la mayoría de las escuelas cuentan con el apoyo de medios electrónicos como la radio, la televisión y la informática que han demostrado su efectividad para este tipo de comunicación, también llamada "*de Interés especial*" o comunicación *Institucional*.

3. La **comunicación colectiva** que corresponde a los denominados medios masivos de comunicación. Consiste generalmente, en una emisión unidireccional de mensajes que por diversas cuestiones (técnicas, políticas, económicas, etc.) hacen imposible la respuesta del receptor. En este sentido la relación entre emisor y receptor es desproporcionada.

1.1.4. Medios de Comunicación

Todo proceso comunicativo requiere por fuerza del uso de determinados canales o conductos por donde pueda circular la información. A estos canales se les denomina, medios de comunicación.

La historia de la humanidad podría reseñarse como una sucesión de formas de organización social ligadas en todo momento a modos de comunicar, cuyos fines son tan variados como individuos existen. Consecuentemente, los medios a través de los cuales se logra el proceso de comunicación, también han sido muchos y se han modificado a raíz del desarrollo tecnológico y cultural de la civilización, prevaleciendo siempre los más funcionales y los que permiten una difusión más clara o masiva de las expectativas o intenciones de un individuo o grupo determinado.

Es así como se utilizan la voz, los primeros jeroglíficos, el alfabeto, el papel, la imprenta, el cine y, en los últimos decenios, los medios electrónicos y la telemática.

Cada uno de ellos funciona como medio de comunicación y en la medida que conserven sus capacidades comunicativas evitarán ser desplazados por uno nuevo.⁷

Los medios de comunicación surgen como resultado de la necesidad del hombre o de los primeros grupos humanos, por comunicar algo a un número cada vez mayor de personas. Las señales de humo o el golpeteo de troncos para dar alguna información relevante, pudieron ser los primeros medios de comunicación masiva; ya que el lenguaje oral resultaba limitado para dirigirse a grandes grupos de individuos.

De la misma manera, las pinturas rupestres, la fabricación y decoración de artículos y utensilios, las marcas o tatuajes corporales; así como algunas danzas representativas, ceremonias y rituales pueden ser consideradas como medios, desde el momento en que su intención era: comunicar algo a un grupo indeterminado de individuos.

Sin embargo, *"no fue hasta la aparición de la escritura... que pudo ser definido el concepto de medios de comunicación"*⁸.

El paso hacia la escritura significó para el hombre un avance enorme que le permitió extender su dominio sobre la naturaleza. Poseedor de una capacidad única para utilizar algunos signos y de esta manera representar los sucesos o personas de su entorno, la escritura representó para el hombre una nueva forma de dominio, un elemento importante de poder.

En un principio la escritura que consistía en jeroglíficos o glifos muchas veces provenientes de representaciones icónicas, eran grabados en piedra para algunos templos o monumentos específicos. El descubrimiento del papiro y de las primeras

⁷ Con frecuencia se tiende a pensar que la aparición de un nuevo medio de comunicación provocará la desaparición de los anteriores. Esta apreciación es hasta cierto punto falsa, ya que cada medio conserva sus propias cualidades comunicativas; algunos facilitan la comunicación interpersonal; otros la intermedia u organizacional y finalmente aparecerán medios que permitan la difusión masiva de mensajes. La tecnología desarrollada por el hombre ha provocado la disminución en el uso social de algunos medios de comunicación; sin embargo, muchos de ellos, usados desde los orígenes del hombre, siguen siendo utilizados en la actualidad.

⁸ De Fleur M.L., et. al. *"Teorías de la Comunicación Social"* Ed. Paidós México, 1985, p. 19.

tintas, por parte de las culturas antiguas, permitió la transportación de los mensajes escritos simplificando su elaboración. La sustitución del papiro por el papel, inventado por los chinos, fue otro progreso en los medios.

Esta evolución, "de una piedra pesada a unos medios livianos y portátiles... abrió la posibilidad de un cambio significativo para la organización social y para la cultura de la sociedad...Se abrieron bibliotecas, se establecieron escuelas para enseñar a los escribas. Hasta las artes y las ciencias comenzaron a desarrollarse. Pudieron escribirse los tratamientos indicados para las enfermedades"⁹.

La imprenta, invento desarrollado en el siglo XV por Gutemberg, vino a dar un enorme impulso al lenguaje escrito. Anteriormente los libros eran elaborados a mano, lo cual representaba un enorme consumo de tiempo y producía frecuentes errores. De la misma manera, la cantidad de libros que podían ser producidos a mano era muy limitada. Además existía el monopolio sobre la información y el conocimiento, por parte de los grupos más poderosos de la sociedad.

La imprenta rompió este monopolio brindando la posibilidad de imprimir miles de ejemplares de libros en todos los idiomas, lo cual permitió que se estimulará el aprendizaje a través de la lectura. La posibilidad de leer llevó a la puesta en duda y desafío de las estructuras de poder. Con la imprenta se inicia la comunicación de carácter masivo.

El enorme crecimiento poblacional y el progreso intelectual del hombre, son dos factores que han llevado al descubrimiento y evolución de nuevos medios para facilitar este proceso. De ahí el surgimiento, aprovechamiento y desarrollo histórico de los llamados medios electrónicos de comunicación (radio, televisión y telemática) que con su enorme poder han logrado cambiar las formas de convivencia social en los albores del siglo XX.

⁹ *Ibidem* p. 24.

Se puede afirmar que el desarrollo de los medios técnicos para la producción y reproducción de mensajes es paralelo al desarrollo de la sociedad; los llamados medios de comunicación masiva aceleran su desarrollo cuando aparece la sociedad mercantil.

Actualmente al utilizar el término *Medios Masivos de Comunicación*, se hace referencia a las organizaciones e instituciones que emplean diversos elementos de carácter técnico y humano con la finalidad de emitir información a una multitud diversa de individuos.

Esta definición lejos de ser exacta o completa, sitúa en las perspectivas que se han decidido analizar en este trabajo. Más que un simple término, los medios masivos de comunicación (también llamados mass-media, medios de comunicación colectiva, etc.) son un fenómeno social complejo y heterogéneo que ha sido objeto de múltiples explicaciones y definiciones. Por su influencia en la sociedad contemporánea, es un tema frecuentemente abordado por otras ciencias (Pedagogía, Psicología, Sociología, etc.), con el objetivo de analizar sus efectos o descubrir su naturaleza.

Un campo poco abordado por los investigadores es el relativo al uso de los medios en la educación. Es decir la educación por y para los medios. Y en menor proporción aún, ha sido estudiado el papel que en esta problemática juegan los profesionales de la carrera de Ciencias de la Comunicación y las funciones que éstos podrían desempeñar en la educación del futuro.

Realizar un análisis de los Medios Masivos de Comunicación y su relación con la educación tiene por objeto demostrar la urgente necesidad que existe de incorporar los medios de comunicación al proceso de enseñanza - aprendizaje, así como, el contar con profesionales de la comunicación, que con base en una ética moral, social y científica y, en un conocimiento profundo de teoría y práctica, puedan contribuir en algo a dar un giro a la manipulación y mercantilismo que caracterizan el uso de los medios en la actualidad.

Si se observa la comunicación desde el punto de vista de los medios masivos (comunicación colectiva) ésta, adquiere una conceptualización diferente a la comunicación interpersonal o intermedia. En palabras de Jaime Goded y partiendo de este enfoque: *"La comunicación es un intercambio cuyos objetivos, formas, contenidos y funciones varían en función del contexto en el que ocurre y de acuerdo con las personas que la producen y transmiten: es un proceso complejo de múltiples dimensiones y significaciones, por lo que su estudio puede abordarse a partir de los factores que intervienen en dicho proceso; esto es el estudio de sus mecanismos y consecuencias"*¹⁰.

Desde la perspectiva sociológica como desde la comunicativa, es claro que el valor e importancia de los medios de comunicación es resultado de su capacidad y posibilidades de uso. De esta forma pueden convertirse en máquinas generadoras de información con sello de mercancía, en transmisoras de discursos plagados de evasivas y justificaciones políticas o en verdaderos instrumentos de socialización y expresión social.

La radio y la televisión, por ejemplo, han demostrado ya su enorme valor como medios capaces de modificar e influir en la conducta de las personas, a veces en forma inmediata y en ocasiones a largo plazo.

El desarrollo tecnológico hace viable la utilización de estos medios a nivel educativo, comunitario, local o regional. Después de haber transitado por el pasillo de la modernidad levantando innumerables críticas, halagos, preocupaciones y esperanzas, la radio y la televisión se han convertido en los finales del siglo XX, en medios de comunicación cuya principal característica es su utilidad, aunque ésta no sirva a todos de la misma manera.

¹⁰ Goded, Jaime. *"100 Puntos sobre la Comunicación de Masas en México"*. Edit. Juan Pablos, México, 1985. p. 71.

Una vez más y como lo hicieron desde su nacimiento, la radio y la televisión demuestran, hasta el momento, que son los dos medios más efectivos que existen para la transmisión de información a un gran número de personas en un mismo momento.

Sin duda, éste es uno de los motivos que ha generado el surgimiento de diversas teorías acerca de los medios de comunicación, en donde diferentes tendencias y enfoques mantienen divergencias y convergencias significativas; sin embargo, más allá de las confrontaciones o de la ubicación simplista del fenómeno, es preciso analizarlo desde una perspectiva determinada como podría ser la del conocimiento y la única forma en que el hombre puede adquirirlo: la educación.

1.1.5. Conocimiento, Cultura y Comunicación

La comunicación distingue al hombre de los animales, pues a diferencia de éstos, el ser humano posee la facultad de utilizar gestos, señas, sonidos o símbolos, no sólo para manifestar sus necesidades o dolencias biológicas; sino de una forma superior para mostrar su intelecto.

Es por eso que algunos autores consideran que existe una relación entre el conocimiento y el proceso de la comunicación humana. Adam Schaff - por ejemplo - señala que *"la comunicabilidad es una de las propiedades esenciales pertenecientes a la definición del conocimiento... Además - dice - la comunicación parece ser el elemento inseparable de todos los procesos vinculados con la cognición"*¹¹.

Es a través del proceso de comunicación humana como el hombre se conoce así mismo y el mundo que lo rodea. Al experimentar un suceso, al observar o manipular un objeto de la naturaleza, el hombre no permanece estático; su tendencia y facultades le llevan siempre a generar ideas. *"El hombre -dice Durkheim- no puede vivir en medio de*

¹¹ Schaff, Adam. Citado por Godeál, Jaime en *"Antología sobre la Comunicación"*. UNAM, México, 1976. p. 47

las cosas sin formularse ideas sobre ellas"¹². Las ideas de las cosas no son las cosas, sino una representación humana de ellas.

A partir de estas representaciones humanas, de estos pensamientos o ideas, el hombre se concibe históricamente como un ser creador de conocimientos. Es decir, el hombre no sólo crea objetos para trabajar y mejorar su existencia, también genera conocimientos para que las generaciones futuras puedan aprovecharlos o mejorarlos.

Este principio es la base de la epistemología o ciencia del conocimiento y, a través de la historia, ha provocado también diversas posturas como el empirismo clásico platoniano que había considerado la posibilidad de un "conocimiento directo", las tendencias actuales en la investigación social -salvo extrañas excepciones- están cada vez más convencidas de que en el conocimiento humano el objeto está, hasta cierto punto, condicionado por el sujeto: es decir, está subjetivado.

En el campo de la comunicación humana la investigación actual ha derivado sus esfuerzos hacia la consideración de que *"uno de los aspectos más profundos de la condición humana... es el hecho de que no hay relación inmediata y directa entre el hombre y el mundo o entre el hombre y los demás hombres"*. Existe un mecanismo de intermediación, constituido por la capacidad de los hombres de originarse ideas de las cosas; es decir, de simbolizar. *"A este aparato simbólico que es específico del ser humano se le denomina lenguaje"*¹³.

Y es precisamente el lenguaje lo que caracteriza al hombre, pues constituye la única forma en que éste, puede construir su entorno y expresarlo. En consecuencia, el lenguaje no puede ser simplemente imitación de la realidad, sino como dice Mathner: éste *"debe ser articulado, es decir, ha de transformarse en signo"*¹⁴.

¹² Durkheim, Emile, *"Las Reglas del Método Sociológico"*. Edit. Premia, México, 1984. p. 31.

¹³ Benveniste, Emilio, *"Problemas de Lingüística General"*. Edit. Siglo XXI, México, 1985. p.31

¹⁴ Goded, Jaime, *"Antología sobre..." Op. Cit.* p. 19.

El concepto de signo es fundamental para comprender lo que es el lenguaje y quien más claramente lo desarrolló fue el lingüista francés Ferdinand de Saussure, con su "*Curso de Lingüística General*". Para este autor, el signo está compuesto de dos elementos principales: el significante y el significado. El significante es el objeto, tal y como se presenta ante nuestros sentidos (por ejemplo, un caballo); el significado es la forma personal en que lo captamos (negro, grande, veloz, etc.).

Pierre Giraud define signo como: "*un estímulo -es decir una sustancia sensible- cuya imagen mental está asociada en nuestro espíritu a la imagen de otro estímulo que ese signo tiene por función evocar con el objeto de establecer comunicación*"¹⁵. Un ejemplo claro de signo es la letra A del alfabeto, que en forma individual no tiene ningún significado, sin embargo, al integrarla dentro de la palabra AMOR, adquiere una función y por lo tanto, la podemos usar para comunicarnos.

En el desarrollo social de sus acciones, el ser humano descubrió esta capacidad de usar signos, lo cual le facilitó la organización y el trabajo. Los sucesos, objetos, sujetos y actividades no podían ser ya nombrados en forma individual. Había que llegar a un acuerdo y el lenguaje fue el elemento que lo permitió.

Sin embargo, tuvieron que pasar miles de años antes de que el hombre pudiera unificar y sistematizar estos signos, convirtiéndolos en un código. Al respecto, Herder nos recuerda que: "*Los árabes tenían cincuenta palabras para designar al león, doscientas para la serpiente, ochenta para la miel y más de mil para la espada*"¹⁶.

Un código puede ser entendido como un sistema de signos y símbolos, determinados culturalmente, con los cuales el conocedor de los mismos puede comprender y emitir mensajes para comunicarse.

¹⁵ *Ibidem.* p. 249.

¹⁶ *Ibidem.* p. 17

En un largo proceso de afinación, perfeccionamiento, enseñanza y aprendizaje, el hombre ha tenido que establecer convenciones basadas en reglas, con el fin de determinar qué articulación es la idónea; qué signo es el adecuado de acuerdo al contexto. Es así como se forma el lenguaje y en consecuencia se hace factible la comunicación, cuando dos personas se hallan en posibilidad de comprender o evocar en común un mismo significado; ya sea a través de señas, sonidos, palabras, imágenes o una composición ordenada de todos ellos.

Por otra parte es preciso señalar que aún estando de acuerdo con los lingüistas modernos en el sentido de que el lenguaje verbal es la *"expresión simbólica por naturaleza"*¹⁷, no podemos negar la importancia histórica de otros lenguajes como el visual o icónico, el de las modas, las señales, los gestos, el cinematográfico, radiofónico, o televisivo. Cada uno de estos ha sido utilizado en distintos momentos históricos para fortalecer la comunicación humana.

Por ejemplo, con respecto al lenguaje de la imagen - dice Teresa Escudero - *"como forma de expresión, como lenguaje a través del que nos comunicamos, ha existido desde las más remotas épocas. Actualmente con la tecnificación de la imagen, nos damos cuenta de que es un lenguaje universal y eterno"*¹⁸

Además a juicio de Ernest Cassirer, el lenguaje verbal no es el único que diferencia al hombre de los animales, convirtiéndolo en un *"animal symbolicum"* con la capacidad de articular y conceptualizar su entorno: *"Este privilegio lo comparte con una serie de otros sistemas que constituyen la esfera de lo humano y que son: el mito, la religión, el arte, la ciencia, la historia. Cada una de esas "Formas Simbólicas" informa al mundo sin reducirse a imitarlo"*¹⁹.

¹⁷ Benveniste, Emile. *Op. Cit.* p. 30.

¹⁸ Escudero, Teresa. *Lenguajes en Educación para los Medios* "UPN, México, Fascículo 2, 1994. p.34

¹⁹ Cassirer, Ernest. *"Filosofía de las Formas Simbólicas"*. citado por Paoli, J. Antonio en *Comunicación*, Edit. Edicol, México, 1980. p.111.

Por otro lado, es en el lenguaje, dónde se distingue claramente la relación entre cultura y comunicación. Las investigaciones actuales han tomado ya en cuenta dos consideraciones fundamentales:

- 1) Que los diversos lenguajes y derivaciones de éstos, son constitutivos de la cultura.
- 2) Que toda cultura ha de estudiarse como un fenómeno de comunicación.

Desde esta perspectiva se puede deducir que la comunicación es un fenómeno cultural, sí se entiende por cultura *"el sistema vital de ideas de un tiempo"*²⁰ o el *"conjunto de conocimientos, comportamientos y producción material en una agrupación social dada"*²¹.

Es decir, el hombre es un ser creador cuya tendencia le lleva a fabricar y modificar los objetos de la naturaleza para facilitar su existencia. Sin embargo, esta transformación del mundo depende del grado de conocimientos y experiencia alcanzados, es decir, del desenvolvimiento cultural desarrollado; en dónde cada objeto fabricado tiene una utilidad y un valor, pero al mismo tiempo comunica algo de sus creadores. A partir de esta noción, Umberto Eco afirma que :

*"Si aceptamos el término cultura en un sentido antropológico correcto, inmediatamente se perfilan dos fenómenos culturales a los que no pueden negárseles las características de ser fenómenos comunicativos: a) la fabricación y el empleo de objetos de uso; b) el intercambio parental como núcleo primario de la relación social institucionalizada"*²².

²⁰ Ortega y Gasset, José, citado por Prieto, Francisco en *"Cultura y Comunicación"*. Edit. Premia, México, 1985. p. 11.

²¹ Katz S., Chaim. et al. *"Diccionario Básico de Comunicación"*. Edit. Nueva Imagen, México, 1987. p. 149.

²² Eco, Umberto. *"La Estructura Ausente"*. Edit. Lumen, España, 1976. p. 33.

La magnitud y significado que adquiere la comunicación humana bajo la anterior aseveración, nos lleva por un lado, a la superación de la concepción (materialista desarrollada por el marxismo) que otorga única y especial importancia al hombre que fabrica objetos dentro de condiciones de producción históricamente determinadas; y por el otro, a la concepción de un nuevo campo de estudio: *la semiótica*. En ella, no sólo adquiere relevancia el hombre que fabrica objetos, sino también, el que al construirlos, comunica.

Desde este punto de vista, variables como lenguaje, signo o significado, junto con sus funciones dentro de una estructura cultural determinada, adquieren relevancia y significación y nos permiten analizar elementos discursivos, pictóricos, audiovisuales, etc., dentro de procesos políticos, económicos y sociales determinados.

Siguiendo esta línea, la comunicación humana es un fenómeno cultural multiforme que adquiere significado en la situación concreta en la que aparece; y lo mismo puede favorecer conductas de cooperación y participación que mantener tiranías.

Es ahí donde es posible descubrir diversas funciones de la comunicación dentro de organizaciones sociales determinadas, que bien pueden servirse de la veracidad y objetividad de los hechos, de las esperanzas promovidas por la opinión pública o bien del engaño y la coerción para el sometimiento.

1.2 Educación

Desde el punto de vista etimológico el término educación tiene dos acepciones distintas, una proveniente del griego: *educare*, que significa *conducir, guiar u orientar* y otra, de la palabra latina *educere* que quiere decir *hacer salir, extraer, dar a luz*. Sin embargo, definir este término ha representado siempre un problema para los

investigadores, sobretodo porque la educación implica la realización de un proceso en el cual intervienen innumerables factores inherentes al ser humano.

Así encontramos múltiples y diversas propuestas de educación : García Hoz por ejemplo, la considera como el *"perfeccionamiento intencional de las facultades específicamente humanas"*. L. Luzuriaga como *"una función real y necesaria de la sociedad humana mediante la cual se trata de desarrollar la vida del hombre y de introducirle en el mundo social y cultural, apelando a su propia actividad"* o Max Scheller quien considera que *"la educación, es humanización, el proceso que nos hace hombres"*.²³

Una de las acepciones más comunes define a la Educación como *"la actividad orientada intencionalmente para promover el desenvolvimiento de la persona humana y de su integración a la sociedad"*²⁴.

Como se observa, los enfoques de los cuales se parto para entender los fenómenos educativos no sólo son múltiples, sino que en cada uno de ellos se encuentra una concepción histórica, filosófica, social y política del ser.

Históricamente la educación se presenta siempre unida al ser humano. *"La faena educadora - señala Octavi Fullat - es inmemorial, como el ser humano"* y se plantea *"a partir de la aparición de los utensilios para modificar el contorno y las interpretaciones con que se captaba al mundo... el hecho de que el ser humano tenga que ser educado - o autoeducado - es un hecho específicamente antropológico"*. La educación *"no está ahí por decreto... sino porque la han engendrado los siglos humanos"*.²⁵

De ser un proceso involuntario y espontáneo en las comunidades primitivas, la educación se ha convertido en una manifestación de elaborados sistemas educativos

²³ "Diccionario de Ciencias de la Educación" Edit. Santillana. México 1995. 1ª Edición. p. 475.

²⁴ Cfr. "Diccionario de Pedagogía". Edit. Grijalbo, 1ª Edición, Barcelona 1982. p. 58

²⁵ Fullat, Octavi, "Filosofías de la Educación: Paideta" Edit. CEAC, Barcelona. 1992. p 23.

en la civilización moderna. Es importante considerar que el proceso educativo no fue estudiado como disciplina científica, sino hasta el siglo XV. La obra *Didáctica Magna* de Juan A. Comenius (1592-1670) es un ejemplo de lo que habría de llamarse *Pedagogía*.

1.2.1 Pedagogía

Diversos autores coinciden en ubicar a la *Pedagogía* como: *"la ciencia que tiene por objeto el estudio de las leyes que rigen la dirección del proceso conscientemente organizado y dirigido que es la educación"*.²⁶ Esta ciencia nos ayuda a entender la complejidad del proceso educativo, caracterizado por una relación entre quienes enseñan y quienes aprenden, así como los medios que cada uno de ellos utiliza para enseñar y para aprender respectivamente.

Para Abraham Moles, un proceso pedagógico es un *"sistema de comunicación cuya meta, de manera general, es modificar por repetición los actos de comunicación, el repertorio de signos, rutinas, técnicas y formas de comportamiento, que se encuentran a disposición del receptor (educación pasiva) o del emisor (educación activa)"*.²⁷

Muchas instituciones u organismos, fundamentan su función pedagógica en corrientes de pensamiento como el humanismo, el mecanicismo, el funcionalismo, la modernización o el socialismo; tal es el caso de los planteamientos expresados en 1975 por la UNESCO, en donde la educación, aparece como una actividad humanista *"dotada de poderes carismáticos, capaz de resolver por sí sola los problemas del atraso y convertirse en un instrumento único del bienestar del hombre"*. Pueden basarse también en objetivos tecnocrático - economicistas o funcionalistas y derivarse a

²⁶ *"Manual Técnico de Didáctica Básica"*. Instituto Mexicano del Seguro Social, México, 1992. p 9.

²⁷ Moles, Abraham. *"La Comunicación y los Mass Media"* citado por Escudero Yerena M^a Teresa en *"La Comunicación en la Enseñanza"* Edit. Trillas, México, 1977. p.23.

solucionar los problemas económico - financieros de un país o las disfunciones sociales, respectivamente.

Además de los diversos enfoques o corrientes, en la Pedagogía influyen una infinidad de factores, desde las condiciones económicas y el nivel de desarrollo de un determinado país, hasta variables de tipo ambiental, social y cultural. Por tal motivo, la educación es un fenómeno que requiere ser analizado a partir de una visión global, considerando todos los aspectos que intervienen en ella.

No cabe duda que la educación ha sido la principal vía de acceso al conocimiento y cada sociedad aborda el conocimiento respondiendo a circunstancias sociales, económicas, culturales y políticas específicas.

La Revolución Industrial por ejemplo, dio pie a la necesidad de preparar a los habitantes de las ciudades, tanto técnica como científicamente para resolver los problemas de producción. De igual forma los adelantos tecnológicos experimentados durante el siglo XX fueron inmediatamente aprovechados por personas cuyo objetivo primordial, era de carácter educativo. Así, durante los años treinta, vemos en algunos países de Europa y en Estados Unidos el empleo de métodos audiovisuales, la radio o periódicos en la educación.

También grandes sucesos sociales como la Segunda Guerra Mundial representaron profundos cambios a nivel mundial que influyeron, sin duda, en las modalidades educativas. Los sistemas de capacitación por medios audiovisuales para las fuerzas armadas norteamericanas, el uso que el nazismo hizo de los medios de comunicación y las consecuencias del desastre económico originado por la conflagración, representaron enormes cambios en todas las actividades humanas, que se reflejaron, también, en diversos tipos de educación.

Partiendo de esta base, es preciso comprender que en todos estos hechos sociales que influyen notoriamente en la educación, debieron existir, al mismo tiempo

formas y procesos de comunicación específicos. "La educación, sin lugar a dudas requiere de que los personajes que intervienen en ella se comuniquen de alguna forma..."²⁸

No obstante, es significativa la escasez de definiciones que consideren a la educación como un proceso comunicativo en dónde la comprensión y el diálogo entre los actores es, más que nada, una necesidad. Si el hombre es un productor de informaciones y habilidades no heredadas genéticamente, que requieren ser transmitidas y asimiladas por las nuevas generaciones; es preciso considerar a la educación como un acto comunicativo mediante el cual el sujeto puede asimilar y transmitir (en forma voluntaria, involuntaria, sistemática o asistemática) las normas y costumbres sociales y culturales, traducidas en códigos e informaciones susceptibles de ser comunicadas.

En este sentido, la educación es un particular proceso de comunicación que ha persistido a través de los años y su principal función se encamina a la transmisión y asimilación de la cultura por parte de las nuevas generaciones. Y como todo acto comunicativo, la educación requiere de un emisor (maestro, habilitador, monitor, etc.), un mensaje elaborado con base en un código o conjunto de signos comprensibles, un canal o conducto por donde fluya el mensaje y un receptor o perceptor (alumno, estudiante, etc.), el cual deberá contar con la capacidad suficiente para decodificar el mensaje y asimilarlo o rechazarlo.

1.2.2 Divisiones y Tipos de Educación

Debido a que existen diferentes tipos de educación, ha sido necesario dividir cada uno de éstos, en función de sus características. El siguiente cuadro muestra los diferentes tipos de educación que existen:

²⁸ Rojas Fernández, Gilda. " *Comunicación Educativa* " Serie: Sobre la Universidad n° 21 UNAM, CISE México 1993.p.124.

TIPOS DE EDUCACIÓN

EDUCACIÓN INFORMAL	EDUCACIÓN NO FORMAL	EDUCACIÓN FORMAL
Es la educación que se recibe en forma espontánea por la comunidad, familia, iglesia, clubes, amigos, medios de comunicación, etc., voluntaria o involuntariamente	Se considera a la capacitación y el desarrollo humano y comunitario; y la educación para adultos. También en este rango se considera la acreditación institucional de los autodidactas	Dentro de este rubro se considera el Sistema de educación escolarizada, que va desde los ciclos preescolares hasta la educación superior o Universidad

Fig. 3. Diferentes tipos de educación existentes²⁹

La educación informal se constituye por influencias no escolarizadas del entorno social, cultural y económico. Coombs define este tipo de educación como: "... el proceso real de vida donde cada individuo adquiere actitudes, valores, destrezas y conocimientos, extraídos de las experiencias diarias y de los recursos e influencias de su ambiente, de la familia vecinos, del trabajo y del juego del mercado, la biblioteca y de los medios de comunicación de masas"³⁰. En este tipo de educación también denominado *extraescolar o asistemática*, la certificación no existe.

El término de educación no formal se ha utilizado en los estudios sobre educación, para los casos en que no se puede aplicar la denominación de formal o informal. Esta forma educativa se caracteriza por "*actividades educativas y de capacitación, estructuradas y sistemáticas, de relativamente corta duración que ofrecen las agencias que buscan cambios de conducta concretos en poblaciones bastante diferenciadas*"³¹.

²⁹ Fuente: La belle Thomas. "Educación formal, no formal e informal: Una perspectiva holística sobre el aprendizaje vitalicio". en *Lecturas Selectas sobre Educación* n° 64 SEP México. 1985

³⁰ Ávila, Patricia. *Diplomado en Educación a Distancia*. Módulo Cuatro, Tema III "Material Didáctico en Video" SUA - UNAM. México 1996. p.57.

³¹ *Ibidem* p. 167.

Una educación así, aunque *sistemática*, es más flexible que la formal pues se da fuera de los espacios y tiempos escolares comunes. Un ejemplo de este tipo de educación podría ser la educación a distancia, que se vale de algunos medios de comunicación como la televisión o el video para la transmisión de conocimientos, por circuito cerrado o vía satélite. En muchos casos es factible la certificación, como en los diplomados.

La educación formal es el *"sistema educativo, jerárquicamente estructurado, distribuido en grados y niveles que van desde la escuela primaria hasta la universidad, incluyendo, además de estudios académicos generales, una variedad de programas especializados e instituciones para entrenamiento profesional y técnico"*³². Una característica de este tipo de educación es la facultad de legitimación vía la certificación. *"El agente o institución de la educación formal es la escuela de la cual, algunos autores señalan, que es la instancia hegemónica que hace posible la reproducción del sistema social"*³³.

Como se observa la tipificación actual de la educación implica en todo momento un proceso comunicativo. Pensar en educación es pensar en formas de comunicación y en los medios más adecuados para la transmisión, construcción o asimilación de mensajes, orientaciones o conocimientos.

1.2.3 Principales Características de la Educación desde el punto de vista de la Comunicación

a) La educación requiere de un contacto humano. Es decir, de la presencia mínima de un hombre que actúe como *emisor* o *interventor* (maestro) y que posibilite la recepción y asimilación de estímulos, información, patrones u objetivos, contextos congruentes, etc., que permitan a un *perceptor* o educando construir su personalidad y

³² *Ibidem* p. 166.

³³ *Idem*.

el conocimiento. En este sentido la educación puede ser intervención e influencia de un hombre sobre otro o la interacción entre ambos.

b) Como todo proceso de comunicación la educación requiere también del uso de determinados canales o conductos que permitan la circulación biunívoca de mensajes (voz, libros, escritura, medios audiovisuales, computadoras, etc.)

c) La educación requiere la presencia de un objetivo o finalidad que oriente el proceso. No es un proceso fortuito, en la educación la *intencionalidad* es sustantiva pues es la que marca la ruta a seguir. Puede ser el resultado de las necesidades sociales, institucionales, familiares o personales; puede guiar al perfeccionamiento, la optimización o la transformación.

d) Es un proceso gradual a través del cual se alcanzan determinados objetivos para continuar con otros nuevos. El proceso educativo nunca termina.

e) Es también un proceso integral que se refiere y vincula a la persona como unidad y no a dimensiones o sectores de ella.

f) Es un proceso activo del sujeto que se educa o aprende. Sólo el hombre se construye por su actividad y por la significación del intercambio comunicativo con los demás. *"El educador o maestro promueve, interviene, asesora, orienta pero no educa"*. El sujeto, es el que aprende.

g) Es un proceso temporal ya que se identifica con el tiempo de vida, porque el hombre está y es permanentemente inacabado y su construcción le ocupa su tiempo vital.

Con el fin de lograr un enlace entre comunicación y educación, se presenta, a continuación, en la figura No. 4, un modelo en el que se interrelacionan Pedagogía y Comunicación³⁴:

³⁴ *Figura 4.* Modelo de Comunicación relacionado con la Educación. Fuente: Reyes Mata Fdo. *Un Modelo de Comunicación con participación social activa.* El Día. Martes 10 de octubre de 1978. México p. 22

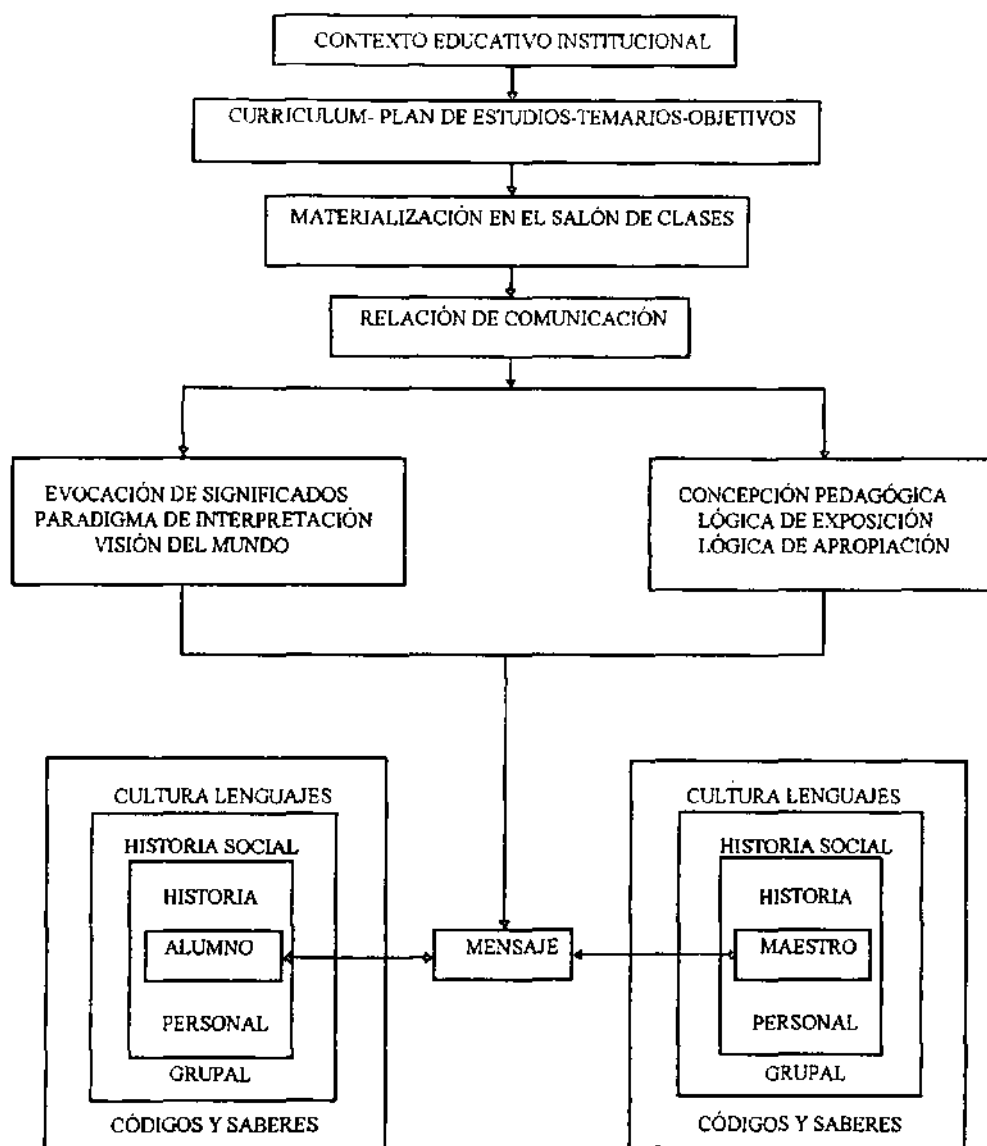


Figura 4. Modelo de Comunicación relacionado con la Educación.

Fuente: Reyes Mata Fdo. *Un Modelo de Comunicación con participación social activa*. *El Día*. Martes 10 de octubre de 1978. México p. 22.

El modelo anterior, nos indica que ninguna acción educativa aparece de forma espontánea o aislada, siempre existe un contexto social e institucional del cual deriva. Es decir, prevalece siempre una intencionalidad que influye y determina todo el proceso, desde la planeación del curriculum en general, hasta la puesta en marcha de los planes y programas de estudio, temarios u objetivos particulares.

Estas acciones se materializan en el salón de clases, sobre todo en los modelos educativos formales o escolarizados. Es en este espacio físico dónde se presenta la particular relación de comunicación entre los actores del proceso educativo: los alumnos y los maestros³⁵.

Pero éstos tampoco aparecen de repente dentro del proceso, sino que vienen con determinadas características y objetivos que le van a imprimir un carácter especial a la relación de comunicación educativa. Por ejemplo, el bagaje cultural que se deriva del país de origen, continente, raza o población a la que se pertenece. La historia personal o social que se compone a partir de la relación con la familia, compañeros o vecinos y que en forma particular recrean y modifican los diferentes códigos y saberes que conforman el mensaje educativo.

Este modelo lineal da cuenta de la infinidad de aspectos que influyen y determinan el proceso de comunicación dentro de una institución educativa. Los medios de comunicación (prensa, cine, radio y televisión) han comenzado a jugar un papel preponderante en las escuelas vinculando todas las determinaciones del proceso de comunicación educativa, a través de la difusión y recepción de códigos y saberes. Cuando son utilizados en la educación, su objetivo primordial -en la mayoría de los casos- es mejorar el proceso de comunicación entre los maestros y alumnos; así como todos aquellos elementos que intervienen en el proceso de enseñanza - aprendizaje.

³⁵ En los modelos de educación abierta y a distancia las acciones educativas se materializan en el hogar, centro de trabajo, fábrica, etc., más la relación de comunicación no se diluye.

1.3 Comunicación Educativa

Hasta antes de los años setenta, a muy pocas personas les preocupaba el hecho de que la educación tuviera alguna relación con la comunicación humana. Es más, el nacimiento de los medios electrónicos de comunicación originó la tendencia a separarlas como áreas antagónicas y sin relación alguna. Sin embargo, al presentarse un rompimiento dentro de las concepciones pedagógicas prevalecientes y ante la enorme influencia de estos medios en las formas sociales de asimilación de la realidad, la simbiosis entre los dos conceptos fue percibida de manera casi inmediata.

La gente comenzó a experimentar el enorme poder de persuasión de los medios comunicación. Los padres de familia, por ejemplo, veían como sus hijos podían repetir frases completas transmitidas por la radio o la televisión, mientras mostraban mayor dificultad para aprender alguna de sus lecciones en la escuela.

Ante este hecho algunos educadores comenzaron a comprender que algo estaba fallando con los modelos educativos. Surgen entonces dos percepciones de la unión entre comunicación y educación. La primera se sustenta en la llamada *tecnología educativa*, que desde el punto de vista del conductismo, considera fundamental el uso de diversos apoyos didácticos como la radio y la televisión; y la segunda, concibe este enlace como un proceso que permea todas las relaciones sociales; es decir que no sólo es necesario aceptar el uso de estos medios en la educación, sino que éstos ejercen también una enorme influencia y es necesario tomarlos en cuenta, conocerlos y estudiarlos.

La profesora e investigadora Guillermina Baena, señala con respecto a la comunicación educativa en México, durante la década de los setenta: *"Las dinámicas grupales y los nuevos métodos de enseñanza, caracterizados por los apoyos audiovisuales, comenzaron a proliferar. Surgieron los primeros centros de comunicación educativa llamados centros de recursos didácticos de apoyo, es el caso*

de "Didacta" de la Facultad de Química de la UNAM, y años más tarde el CUPRA de la misma UNAM³⁶:

La premisa fundamental para entender el concepto de comunicación educativa, es su carácter interdisciplinario. Es decir, *"la comunicación educativa descansa, por un lado, en todo lo que es el cuerpo teórico de la educación y de la comunicación"*³⁷.

De esta manera, se retoman conceptos ya desarrollados por cada disciplina, pero al mismo tiempo se entrelazan y matizan. Por ejemplo, el concepto común de comunicación ha sido construido bajo la premisa de la *"evocación en común de un significado"*, mientras que la comunicación educativa lleva implícita una *intencionalidad*; un principio en el que existe el deseo manifiesto de modificar al otro y no sólo de evocar en común un significado.

Desde las primeras concepciones Aristotélicas sobre la comunicación, se tenía conciencia de que, quien comunica, lo hace con cierta intención; es decir, con el deseo de influir -positiva o negativamente- en el otro. Sin embargo, la idea de la comunicación educativa es descubrir que esta influencia no es arbitraria, sino que descansa en un sistema de valores definido social y culturalmente y que, ha sido y seguirá siendo transmitido de generación en generación.

Además, estos matices han servido para aclarar e identificar las relaciones comunicativas que se presentan tradicionalmente en el proceso educativo. Por ejemplo, a una relación tradicional maestro - alumno, en donde el primero actúa como emisor de información y el segundo como receptor, se la ha llamado educación bancaria. También se identifica el llamado proceso de espejos: *"en el cual lanzamos esto y esperamos que el alumno nos lo devuelva"*³⁸.

³⁶ Baena, Guillermina, Conferencia en: "Serie: Sobre la Universidad" N°21 Op. Cit. p.27.

³⁷ Alvarez Manilla, José Manuel. Conferencia *Ibidem*. p.19. Cabe mencionar que ambos aspectos han sido tratados ya en párrafos anteriores.

³⁸ *Ibidem*. p.23.

De la misma manera, éstos análisis constituyen una base para la superación de relaciones educativas tradicionales, a través de la implantación de nuevos modelos de comunicación educativa basados en paradigmas de interlocución y diálogo, que pretenden que el alumno descubra el conocimiento y logre ser un emisor - receptor al mismo tiempo.

Si la premisa fundamental en la educación tradicional era la enseñanza, en la actualidad y con los avances de la comunicación educativa se le da mayor peso al aprendizaje. La propuesta está enfocada a que el alumno se responsabilice de su aprendizaje y que, a través de la interlocución, aprenda a pensar y a desarrollar habilidades en el uso de señales y lenguajes adecuados para comunicarse con sus semejantes.

Es por eso que un aspecto fundamental que aborda la comunicación educativa es la relación entre los principales actores del proceso (maestros y alumnos) y los medios de comunicación, considerados como conductos por donde fluye el conocimiento y no sólo mensajes emitidos sin ninguna intención. Hace algunos años, por ejemplo, era común escuchar a los maestros decir: *"los medios están compitiendo conmigo, me están quitando alumnos"*. Se pensaba que nada, fuera del aula, era importante.

En la actualidad, es tal el cúmulo de información que reciben los individuos, a través de éstos medios, que se torna necesario analizar y profundizar en la relación pedagogía - medios. El objetivo es reconsiderar este vínculo para aprovechar al máximo sus posibilidades pedagógicas.

Para nadie es un secreto el enorme poder de penetración de medios como la radio o la televisión, considerados por los primeros teóricos de la comunicación como *"instrumentos que moldean las conciencias"*. Hoy se sabe que la influencia de estos medios no es tan inmediata, ni definitiva pero, de cualquier forma, su presencia en la vida del hombre es innegable.

Además los mensajes que transmiten actualmente los medios no son fragmentos de vida, ventanas al mundo o espejos de la realidad. Es decir no copian o representan la realidad, tal y como es. Son "constructos" elaborados por individuos identificados y organizados, en donde no se deja nada al azar (los colores, el tono de la voz, la tipografía, el actor o conductor, etc.).

Se ha hablado mucho sobre la objetividad en los medios, pero la verdad es que ésta, no puede existir. Siempre se tenderá a reflejar u ocultar, en forma implícita o explícita, los valores e ideología de los emisores. Los contenidos de los medios modernos mantienen un "status quo" social o "venden" ciertos estilos de vida que convienen a determinados grupos o individuos.

Y si a esto se suman las grandes diferencias que existen entre los receptores de mensajes (nivel económico, educativo, cultural, etc.) se obtiene cierta incapacidad de grandes núcleos sociales para interpretar la realidad. A este problema la UNESCO le ha llamado "Analfabetismo Funcional" y consiste en la incapacidad de algunos individuos para "descodificar un tipo de signos que han sido elementos consustanciales de su aprendizaje"³⁹. Es decir el analfabeto funcional ha perdido la capacidad de codificar y descodificar, índices, señales y símbolos que le son necesarios para conocer, interpretar y transformar su realidad. Y si a esto agregamos la incesante influencia de los medios de comunicación, con imágenes y sonidos que no pueden ser interpretados plenamente, el problema se transforma en un estado permanente de indefensión frente a la manipulación que ejercen éstos medios.

Según Guillermo Orozco⁴⁰ existen diferentes posturas con respecto al papel de los medios de comunicación en la educación:

1. Una de estas posiciones entiende que la aportación de los medios a la educación es un recurso didáctico de apoyo al maestro. Lo que se busca es

³⁹ Aparicio, Roberto, *et. al. Alfabetización Audiovisual y Enseñanza en "Lectura en Imágenes"* Ediciones de la Torre, Madrid, 1992 p. 53 en Diplomado en Educación a Distancia. *Op.Cit.* p. 201.

⁴⁰ Entrevista en video. Unidad de Televisión Educativa, UTE - SEP, México, 1997.

mayor eficiencia en la enseñanza usando los medios como tecnología educativa.

2. La segunda es la que pretende aprovechar los medios, tal como se presentan, como un apoyo curricular que evidentemente ampliaría el contenido de los libros de texto y que al mismo tiempo permitiría la recepción crítica de los mensajes.
3. Otra de ellas está encaminada a abordar la relación estudiantes - medios masivos de comunicación y consiste en técnicas y adiestramiento para formar receptores críticos, considerando que estos medios están al alcance de todos y no son sancionados por los maestros.
4. El cuarto y último tiene como objetivo el enseñar los lenguajes de estos medios a los alumnos; es decir alfabetizar para los medios lo cual posibilitaría el que también pudieran convertirse en productores.

El propósito fundamental está dirigido a concientizar a los alumnos de cual es su papel frente a los medios; cómo y por qué se elaboran los mensajes, para que ellos puedan aprender a verlos y escucharlos desde un punto de vista crítico y, a través de la práctica, también aprendan a utilizarlos para transmitir sus propios mensajes. A este campo se le ha llamado Pedagogía de los Medios.

El siguiente cuadro muestra el panorama general de la comunicación educativa:

EDUCACIÓN CON LOS MEDIOS	EDUCACIÓN POR LOS MEDIOS	EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS
<ul style="list-style-type: none"> • Relación de comunicación profesor - alumno • Uso de Medios de comunicación para enseñar (apoyo didáctico) 	<ul style="list-style-type: none"> • Educación a través de los medios • Educación a distancia 	<ul style="list-style-type: none"> • Pedagogía de los medios en los años setenta <ul style="list-style-type: none"> - Lenguaje Total • Programas de recepción crítica hacia los medios masivos: <ul style="list-style-type: none"> - En la escuela - Organización Social y Civil

1.3.1 Educación con los Medios

Su objetivo, es de apoyo a la enseñanza y mejoramiento de la relación de comunicación que se establece entre el profesor y el alumno.

Se ha juzgado necesario usar los medios de comunicación en la enseñanza, ya sean estos audiovisuales, masivos, o a distancia, como un recurso que amplíe las posibilidades del libro de texto, así como de otros apoyos didácticos tradicionales (pizarrón, fanelógrafo, etc.)

La expectación que provocan los medios y la identificación, sobretodo de los niños y adolescentes, con el lenguaje audiovisual, los convierten en excelentes materiales de apoyo que permiten establecer un diálogo con un lenguaje más conocido por el alumno.

La evolución tecnológica genera el uso de nuevos instrumentos como la computadora, el internet, el video y audio digital y las proyecciones de alta definición. Algunos ejemplos del uso de nuevas tecnologías en la enseñanza pueden obtenerse de la educación a distancia que aprovecha estas tecnologías para impartir conferencias sorteando grandes distancias entre dos o más puntos.

1.3.2 Educación por los Medios

Este tipo de Pedagogía, implicará siempre una utilización de los medios en forma integrada al proceso de enseñanza - aprendizaje. Lo cual implica la participación tanto de educadores, de educandos y profesionales de la comunicación, en la realización de proyectos pedagógicos comunes.

El objetivo principal, es llevar la tecnología y el lenguaje de los medios a la escuela para servir a determinados fines didácticos, como la motivación, la transmisión de experiencias o las distintas posibilidades para resolver uno o varios problemas.

Lo anterior implica modificar los canales tradicionales del proceso de enseñanza-aprendizaje, que comúnmente eran textos sobre el pizarrón y la palabra del maestro: "educación verbalista". Hoy en día estos canales son obsoletos por que reflejan la incapacidad del maestro para lograr que el alumno se sienta motivado a investigar por sí mismo. Además, este lenguaje tradicional se ha quedado rezagado al ignorar los nuevos códigos de los modernos medios de comunicación.

El campo de la Pedagogía por los Medios es muy amplio porque incluye desde el aprovechamiento de la voz, hasta los últimos avances en información digital e informática aplicada a la educación. La radio y la televisión también han tenido, desde hace ya muchos años, un papel muy destacado en el terreno pedagógico.

1.3.3 Educación para los Medios

La Pedagogía para los Medios también llamada educación para la recepción, pretende enseñar a escuchar y ver los diferentes mensajes que difunden los medios de comunicación. Es decir, conocer los lenguajes de los medios que, a fin de cuentas, son instrumentos que codifican la realidad de manera cifrada.

*"La televisión, el cine o la radio articulan la información a partir de signos diferentes a los utilizados en la expresión escrita"*⁴¹. El lenguaje de los medios es diferente y está basado en la combinación ordenada de textos, sonidos e imágenes, con base en técnicas e intenciones predeterminadas.

⁴¹ *Ibidem* p. 202.

La Pedagogía de los Medios se encamina hacia el *“conocimiento de los lenguajes, de las técnicas y de las formas de análisis de lectura y expresión a través de los diversos medios”*⁴². El objetivo es que el receptor se convierta en un ser activo con la capacidad de reconocer el proceso por el cual fue creado un mensaje. Al mismo tiempo será un creador de mensajes propios.

⁴² *Ibidem* p. 215

CAPITULO 2. HACIA UNA DEFINICIÓN DE LA RADIODIFUSIÓN UNIVERSITARIA.

Quando se mencionan los términos de Radio y Televisión, el común de individuos parece no encontrar problemas para identificar, de qué se está hablando. Ambos son medios tan populares que sería extraño que alguien, no pudiera describirlos de alguna manera.

En poco más de setenta años de existencia de la radio y, sesenta de la televisión, uno y otro medio han logrado penetrar en millones de hogares de todo el mundo transmitiendo, sobretodo, información, entretenimiento y diversión. La gente se ha acostumbrado a escuchar y observar estos mensajes, sin importar demasiado el origen de los mismos, quiénes o por qué los difunden.

En estos términos, la mayor parte de la humanidad se ha familiarizado más con la radio y la televisión de entretenimiento y diversión, que con los modelos de tipo educativo y cultural. La razón es obvia, pues las cadenas de radio y, sobretodo, de televisión que dominan el espacio aéreo mundial son comerciales casi en su totalidad.

Siempre más restringidos en espacio, tiempo y recursos, los modelos de Radio y Televisión Educativa, Cultural y Universitaria han tenido una menor difusión y aunque son identificados por la mayoría, no siempre resultan de su agrado. Incluso en Europa, donde la radio y la televisión son de carácter público y el Estado regula las transmisiones, el auditorio no puede mantenerse al margen de las grandes cadenas comerciales del entretenimiento (NBC, CBS, RCA) que a través de los servicios satelitales han podido traspasar las fronteras nacionales.

Además y aún a pesar de innumerables avances tecnológicos, algunos modelos educativos, culturales o universitarios parecen contener, todavía en su seno, el estigma del aburrimiento y la monotonía; sobre todo, cuando el radioescucha o el televidente los

compara con la cada vez mayor gama de opciones que ofrecen los modelos comerciales de radio y televisión de diversión y entretenimiento.

Muchas estaciones o canales educativos, culturales y universitarios, en el mundo, hacen un esfuerzo permanente por mejorar sus producciones; el objetivo, es sacudirse esta imagen deteriorada. Su meta -establecida muchas veces por especialistas educativos, intelectuales o investigadores- es interesar y atraer al auditorio; sin menoscabo del mensaje y aprovechando al máximo sus pocos recursos o el limitado tiempo de transmisión del que disponen.

El origen del problema se halla en las formas que, desde su nacimiento, han adoptado estos dos medios de comunicación. Mientras que la radio y televisión de entretenimiento y diversión es por lo general lucrativa, pues genera ganancias a través de la venta de espacios, la educativa, cultural y universitaria enfrenta más problemas para obtener recursos, ya que la mayoría de las legislaciones, en todo el mundo, les prohíbe la venta de tiempo y, por lo general, tienen que disponer de los limitados presupuestos gubernamentales destinados a la educación y la cultura.

De forma tal que para poder definir, comprender y diferenciar el concepto de Radio y Televisión Educativa, Cultural y Universitaria, es necesario identificar, como punto de partida, los diversos modelos de radiodifusión tal y como se conciben actualmente.

2.1 La Radiodifusión

La primera característica que la radio y la televisión tienen en común, es que ambos medios forman parte del fenómeno que ha sido llamado radiodifusión. Y por lo general, este término se utiliza únicamente para identificar a la radio, como el medio de comunicación que transmite sus señales a través del espacio aéreo. Por ejemplo, uno de los pocos diccionarios de comunicación editados en México, se refiere a la radiodifusión de la siguiente manera: *"Iniciada comercialmente a partir de 1920 la*

*radiodifusión tuvo un período brillante en la década de 1940, poco antes de que la televisión surgiera como su competidora*⁴³.

En este ejercicio común se tiende a excluir de la radiodifusión a otros medios semejantes a la radio, como por ejemplo: a la televisión, que también transmite sus señales por el espacio aéreo y en forma muy similar a la radio. Con respecto a esta omisión, el mismo diccionario especifica en otro párrafo y en forma aclaratoria a su primera afirmación, que la radiodifusión puede considerarse como *"la explotación comercial de la transmisión de señales por medio de ondas electromagnéticas inalámbricas o cualquier otro conducto material"*⁴⁴.

Esta aclaración amplía el sentido del término considerando a otros medios, pero no es suficiente porque - aunque se observa que el sentido del término radiodifusión es más amplio y puede abarcar no sólo a la radio y la televisión, sino también a las llamadas nuevas tecnologías como el video, la telefonía sin hilos o la informática - en el se excluye claramente a medios que aún transmitiendo señales por medio de ondas electromagnéticas, no las explotan comercialmente. Desde este punto de vista, quedarían fuera todas esas estaciones de radio y televisión, que no lucran con su tiempo y que, generalmente, son de carácter educativo o cultural.

Para efectos del presente estudio es necesario tomar en cuenta, desde sus orígenes, la formación de la radio y la televisión para considerar a la radiodifusión en su sentido más completo, ya que se aborda el estudio y análisis de las acciones que pretenden generar o que generan, algunas de las universidades más importantes de México, como eje central para la construcción de una alternativa pedagógica.

Durante la investigación entonces, el significado de radiodifusión permanecerá siempre, más apegado a la concepción expuesta por diversos investigadores entre los que se encuentra Fátima Fernández Christlieb que en su estudio *"Los Medios de*

⁴³ S. Katz Chaim, et al., "Diccionario Básico...". Op Cit. p. 407.

⁴⁴ Idem.

Difusión Masiva en México" hace un detallado análisis de la conformación de los medios señalados, como medios electrónicos que, al mismo tiempo, forman a la que ha sido llamada radiodifusión.

En lo que se refiere específicamente a la radiodifusión universitaria, existe un problema mayor al tratar de aislarla para su análisis, pues por lo general se le identifica como educativa o cultural pero pocas veces como universitaria. Se valora el hecho de que sea producida por las instituciones, pero no se le considera conceptualmente como una radiodifusión distinta. A efecto de encontrar su fisonomía y características propias, se ha decidido elaborar un mapa general de la radiodifusión que permita fincar, desde sus orígenes, las particularidades de cada modelo.

2.2. Modelos y Tipos de Radiodifusión

Existen dos fuentes básicas para identificar cualquier modelo, ya sea de radio o televisión. Estas son: *la legalidad y el financiamiento*.

A) La Legalidad:

De una forma esquemática, los modelos de estructura legal a los que se ajustan todas las radios y televisoras del mundo podrían resumirse en cuatro apartados:

*"(...) (1) servicios estatalizados, explotados gubernamentalmente...; (2) corporaciones públicas, con cierta independencia del Estado...; (3) corporaciones privadas con el estado como accionista o único propietario, y, por último, (4) emisoras comerciales privadas, sujetas al control del Estado sólo en el terreno de la concesión de licencias y regulación de su actuación"*⁴⁵

De esta forma y considerando la variable legal encontramos tres modelos generales de radio y televisión: **Estatad, Público y Privado.**

⁴⁵ Pardo, Fernando. *"Esto es Televisión"* Edit. Salvat. España 1985. p.20.

B) El Financiamiento:

La segunda fuente importante para definir un modelo de radio o televisión, es su "**sistema de financiamiento**" el cual debe, a su vez, ser congruente con la base legal y puede obtenerse:

1. Mediante la **subvención pública**. El dinero del Estado para mantener una estación.
2. A través de la **subvención privada**. El capital privado para el desarrollo de una estación cultural o socialmente necesaria.
3. La imposición de un **canon de uso**. Es decir, el pago anual o mensual del auditorio por recibir la señal.
4. Y finalmente el más común, que depende del **volumen de ventas de publicidad**.

Como se observa, las estaciones de Radio y Televisión deben respetar, en primer término, las **disposiciones legales de los gobiernos** en donde se instituyen y, en segundo lugar, el **régimen financiero** que les permita desarrollarse. A partir de estas dos condiciones se pueden detectar, en todo el mundo, diversas combinaciones de radiodifusión: Estatal, Estatal Pública, Estatal Comercial, Privada Pública, Privada Comercial, etc. Su definición depende, en todo caso, de quiénes son los que las instituyen (gobiernos, empresas, asociaciones, escuelas, etc.), para qué, (propaganda, venta de espacios, ayuda comunitaria, educación o difusión de la cultura) y con qué medios; y en función de estos criterios, se establece entonces la fórmula necesaria.

Las fórmulas pueden cambiar de un país a otro de acuerdo con variables de orden político, económico y cultural. Sin embargo, existen similitudes que se tornan más evidentes en modelos de tipo Estatal, Público y Gubernamental que son; por lo general, los que promueven la educación y cultura a través de diversos medios.

2.2.1 El Modelo Educativo y Cultural de Radiodifusión

A partir de la diferenciación entre radio y televisión, estatal, pública y privada, y de las combinaciones posibles, se puede ubicar entonces a los modelos educativos y culturales, pues, por intereses económicos fundamentales, es difícil que una radiodifusora que opera bajo el modelo comercial privado, se lance a la aventura de transmitir una programación de intención educativa o cultural. Este papel ha quedado, casi en su mayoría (y aún a nivel mundial), en manos de las televisoras estatales o públicas.

Entonces cuando se habla de radiodifusión educativa y cultural, se hace referencia a un tipo de radiodifusión que puede ser desarrollada por un organismo estatal o una institución de carácter público, que no siempre es gubernamental. Tal es el caso de una Asociación Civil, Escuela o Universidad.

Todas estas organizaciones tienen un principio y una función social determinada, diferentes a los objetivos o funciones que pudiera tener una empresa privada y cuando se proponen hacer uso de la radio y la televisión lo hacen bajo el supuesto de cubrir con esa función social que se han propuesto o que les ha sido asignada.

Tenemos así, estaciones comunitarias, indigenistas, regionales, estatales, educativas, culturales, universitarias, escolares, religiosas, etc. Su definición, también depende de que organismo es el que las instituye, con que intención y bajo que condiciones. Estas variables dificultan la conceptualización de los modelos educativos y culturales sobretodo por que se pueden presentar diferentes combinaciones y generalmente tienden a generalizarse como modelos culturales. En algunos países, por ejemplo, se han encontrado algunas radiodifusoras privadas que transmiten mensajes públicos dirigidos a un núcleo determinado de individuos, dentro de este rubro podría ubicarse a la radiodifusión de algunas Universidades Privadas.

La confusión que se genera ante la diversidad de combinaciones hacen preciso, diferenciar las características propias de cada modelo atendiendo al hecho de que ninguna estación o canal puede ser etiquetado como exclusivamente educativo o cultural; ya que muchos de ellos incorporan en su programación ambos modelos, independientemente de si son estatales, públicos o privados.

Para lograr una definición adecuada de cada modelo de radiodifusión (educativa y cultural) es preciso acudir al análisis de otros elementos de orden pedagógico que pertenecen al campo de la Comunicación Educativa. De no hacerlo se podría caer en la confusión que impera en la actualidad y que a través de este trabajo se intenta aclarar. El primer elemento es:

A) *La Intencionalidad*: se afirma en el medio pedagógico, que cuando en un medio de comunicación existe la intención manifiesta de "educar" o "culturar", se está hablando de un Modelo de Comunicación Educativo y Cultural. Sin embargo, esta variable parece insuficiente para caracterizar un modelo de esta naturaleza, pues no basta con la intención para lograr un objetivo pedagógico como el de modificar una conducta u orientar a un grupo de estudiantes.

El ejemplo más claro de que la intención no es un factor determinante, es precisamente el fracaso de los modelos educativos tradicionales, ante la influencia de la radio y televisión de entretenimiento y diversión, que sin proponerse, expresamente, un fin educativo influye muchas veces más que cualquier cátedra o programa académico, que en apariencia ha sido perfectamente planeado.

Además es necesario considerar como cierto, que de una u otra forma, todos los medios de comunicación educan y transmiten cultura y, aunque su intención no sea esa, lo están haciendo todo el tiempo; independientemente de su condición de estatales, comerciales, privados, universitarios, educativos o culturales.

Sin embargo, sí existen instancias que tienen como objetivo fundamental el aprovechar los medios de comunicación para lograr modificar y reforzar en los individuos ciertas conductas, valores o pautas sociales. Se habla de organismos que incorporan en sus objetivos una intencionalidad educativa no arbitraria; es decir consciente y organizada cuyo afán es el obtener resultados medibles o cuantificables.

Esta última observación lleva a considerar otros elementos de orden pedagógico que permiten detectar, como están educando los medios de comunicación. Estos son:

B) Los Tipos de Educación. Si todo medio de comunicación educa y transmite cultura, es preciso identificar cómo y por qué lo hace. Es decir, identificar, en primer término, si su intencionalidad es o no arbitraria; o en otras palabras, si la pretensión de educar o culturizar a su auditorio, además de ser consciente y organizada, persigue un fin determinado, como el de intentar mejorar al hombre en todos sus niveles. Para ello, es preciso tomar como herramienta los modelos educativos en los cuales se están basando para transmitir sus mensajes, sin importar si lo hacen consciente o inconscientemente⁴⁶.

Puede presentarse incluso, el hecho de que jamás se propongan sustentar sus transmisiones en algún modelo educativo, sin embargo, esto no los excluye de la acción de educar o culturizar a su auditorio de alguna manera. En este caso su intencionalidad sería arbitraria pero no desaparece.

Por ejemplo, si la producción de un programa de radio o televisión forma parte de una secuencia pedagógica y considera diversos tipos de evaluación (inicial, intermedia y final), tutorías y está incluido dentro de un plan de estudios con certificación oficial, lo definiríamos como un programa de radio o televisión educativo formal; pongamos como ejemplo el proyecto de Telesecundaria en México. En este

⁴⁶ La aparente actitud de no intencionalidad educadora de los medios de comunicación lucrativos es una falacia, pues su objetivo de ganar audiencias a como de lugar, les lleva a investigar siempre y detalladamente las características de su auditorio, algunos educadores han propuesto, por ejemplo, utilizar estos métodos propios de la publicidad y la mercadotecnia para establecer proyectos educativos.

caso existe una intencionalidad bien definida, un auditorio cautivo y resultados concretos.

Ahora bien, si el programa no contempla evaluaciones o un seguimiento estricto del auditorio, pero si cierta inducción u orientación secuencial, estaremos hablando de un programa educativo no formal. En esta tipificación entrarían las estaciones culturales, como Radio Educación y Radio Universidad o Canal 11, 22 o 40, de la radio y la televisión mexicana; también algunos cursos de capacitación o de Educación para Adultos.

Finalmente, si el programa no contempla ningún seguimiento educativo del auditorio, ni una temática seriada y su intención es captar la atención general de las masas, con el afán de que éstas observen su programación y por ende, los anuncios entre cada segmento, estaremos hablando de un programa de radio o televisión que se sustenta en el modelo educativo informal. El ejemplo más común de programas de este tipo serían los que transmiten las poderosas cadenas de televisión comercial privada de cualquier parte del mundo.⁴⁷

Los tres tipos de programas (que pueden pertenecer a los modelos estatal, público o privado), educan, pero no de la misma manera. Los tres son culturales, pero no profundizan, ni orientan, certifican, ni evalúan igual a sus espectadores. La radio y la televisión son instrumentos que nunca dejan de educar o de culturizar; pero el modelo de radiodifusión, expresamente educativa y cultural, se caracteriza por su intencionalidad no arbitraria, por el control de su auditorio y por adecuarse, en mayor proporción, a los modelos educativos formales y no formales, que a los informales. Este último modelo correspondería al usado por la radiodifusión comercial privada que, en repetidas ocasiones, ha manifestado que su objetivo particular no es el de educar o difundir la cultura, sino el de desarrollar una empresa que "de paso" entretenga, informe y divierta a su auditorio.

⁴⁷ Ya en el capítulo I fueron señalados los distintos tipos de educación, tan sólo bastaría analizar diferentes programas para ubicar el rubro en el que se encuentran.

Las escuelas y universidades, en cambio, si plantean el uso de los medios desde una perspectiva formal no sólo por el hecho de proponérselo, sino por las funciones que como centros educativos han adoptado. Así el uso que estas instituciones sociales hacen de los medios, contienen en su seno una finalidad diferente a las de empresas u organizaciones que usan los medios de comunicación para hacer negocios. Este aspecto no debe perderse de vista.

2.2.2. Radiodifusión Universitaria

Ahora bien, el caso de la Radiodifusión Universitaria es complejo, pues, si de las radios y televisiones estatales o públicas y no comerciales, parten generalmente los proyectos educativos y culturales de radiodifusión, no necesariamente sucede lo mismo con los universitarios y mucho menos con los escolares.

En primer término, abría que señalar que gran parte de la radiodifusión universitaria es aún joven y, por lo general (sobretudo la televisión), no goza de un sitio jurídico que le permita transmitir su programación por frecuencias abiertas. La mayoría de ellas, si es que cuenta con la infraestructura necesaria, transmite a través de convenios con radiodifusoras gubernamentales, privadas o estatales (provinciales) o bien por otros medios como cable, satélite o circuito cerrado.

Además, sus mecanismos de financiamiento no están bien definidos y pueden derivar del presupuesto destinado a proyectos académicos o culturales de una institución educativa, sea esta pública o privada. O, como muchas veces sucede, los proyectos son financiados por los directivos, maestros o alumnos de una carrera en particular, sin recibir necesariamente dinero del Estado o de los representantes o dueños de las instituciones.

Este aspecto es fundamental para comprender la organización, funcionamiento y calidad técnica que presentan muchos programas de la radio y televisión universitaria.

En rigor y considerando la legalidad y el financiamiento, el modelo de radiodifusión universitaria y escolar, no corresponde a ninguno de los modelos señalados con anterioridad, pues aunque en ocasiones el Estado financie los proyectos de radiodifusión educativos y culturales de algunas universidades públicas, no siempre, ni en todos los casos, lo hace.

Además, tampoco las empresas o televisoras privadas subvencionan los proyectos de universidades privadas, éste es un caso todavía más raro.

En este sentido, habría que señalar que la radio y la televisión universitarias, conforman un tipo o modelo de radiodifusión particular con sus reglas y características propias. Su función se encamina por lo general, a promover las tres funciones primordiales de cualquier universidad que son: la docencia, la investigación y la difusión de la cultura; aunque en estas funciones también van implícitos los valores de los directivos, maestros, alumnos y de la educación en general, pero sin dependencia necesaria del Estado o de la iniciativa privada.

De esta manera, la radiodifusión universitaria forma parte del modelo educativo y cultural de radiodifusión, atendiendo a que sus objetivos se encaminan hacia la docencia formal y no formal y hacia la difusión de la cultura; sin embargo, el hecho de que se generen dentro del ámbito de las instituciones les otorga cierta especificidad característica de la comunicación intermedia, que depende de otras variables como las características del ámbito en donde se desarrolla, el plan curricular o filosofía de la institución, los recursos con los que cuenta, etc. y por lo tanto, requiere de un análisis a parte.

2.3. Preceptos Legislativos que rigen a la Radiodifusión: El caso de México

El hecho de que la radiodifusión en México adopte determinadas características tiene mucho que ver con la base jurídica sobre la cual descansa. Para comprender

estas características es necesario analizar el contenido e historia de diversos documentos que constituyen los preceptos legislativos de la radio y la televisión en nuestro país. Este análisis ayudará a comprender las limitaciones que enfrenta la radiodifusión educativa y cultural, incluyendo obviamente la universitaria, que en el caso de México, ni siquiera ha sido considerada dentro de la legislación.

Se señala en primer lugar el período del presidente Venustiano Carranza, pues es éste, el promotor de la Constitución de 1917 en donde por primera vez se indica, en la fracción VI del artículo 42, que: "*el espacio situado sobre el territorio mexicano es propiedad de la nación.*"⁴⁸ Desde esta perspectiva constitucional, pareciera que a partir de esta disposición, el Estado decide subordinar a sus designios la utilización del espacio por donde se propagarán más tarde las ondas hertzianas; sin embargo esto no fue así y la omisión de lineamientos específicos iniciales con respecto a las condiciones de operación y al contenido de las transmisiones radiales, permitió a los radiodifusores implantar desde un inicio, un modelo de radiodifusión comercial similar al utilizado en Estados Unidos.

Años después, el gobierno de Plutarco Elías Calles olvida hacer mención alguna o establecer lineamientos generales acerca de la radio, considerada ya como: "*una actividad de creciente interés público*". Bajo la presidencia de Pascual Ortiz Rubio se aprueban, mediante decreto, los anuncios comerciales por radio en conexión con la red telegráfica nacional. El presidente Abelardo L. Rodríguez otorga todo tipo de facilidades a los industriales de la radio, a través de la Ley de Vías Generales de Comunicación para la expansión del modelo comercial norteamericano de radiodifusión.

El gobierno de Miguel Alemán Valdéz será decisivo para la consolidación de la industria de la radiodifusión en México; sobre todo en lo que a televisión se refiere, pues es en esta etapa cuando se aprueba "*el decreto que fija normas a las que se sujetarán*

⁴⁸Fernández Christlieb, Fátima. "*Los Medios de Difusión Masiva en México*" Edit. Juan Pablos, México, 1988. p.98

en su instalación y funcionamiento - no en su contenido- las estaciones de radio y televisión”⁴⁹.

Se puede observar que el interés de Estado se centró en el control legal del espacio aéreo, pero sin reglamentar los criterios básicos sobre el contenido o el carácter explícito de las transmisiones.

Fátima Fernández afirma que *“si bien todos los gobiernos de - México- que han sucedido a Carranza se han preocupado, de una u otra forma, por la radiodifusión, la participación del Estado se redujo, hasta 1960, a la administración jurídica de una industria en la que las decisiones sobre operación y contenido han correspondido al capital monopolista internacional”⁵⁰.*

Es por ello que durante los primeros años de la radio no hubo protestas significativas de los particulares. Las primeras reacciones de desacuerdo de los industriales de la radio y la televisión se presentan en 1955, bajo el régimen del presidente Adolfo Ruíz Cortines, quién expide un decreto por el que se establece cierto control gubernamental sobre las transmisiones a través de la interventoría y supervisión del Estado.

Esta acción refleja el tardío despertar del Estado con respecto a la radiodifusión y cobra mayor fuerza en 1960, cuando en la Ley Federal de Radio y Televisión el propio estado manifiesta su intención de participar por primera vez como emisor. Este proyecto adquirirá forma hasta 1969 cuando se especifica que: *“el Estado contará con el 12.5% del tiempo de transmisión de los canales comerciales”* y se fortalecerá posteriormente con la adquisición, del Estado mismo, de varias estaciones de radio y el canal 13 de televisión que finalmente tuvo que ser vendido a la iniciativa privada.

⁴⁹ *Ibidem.* p.99.

⁵⁰ *Ibidem* p.98

No obstante y aún con la participación del Estado como emisor, jamás se han establecido lineamientos específicos acerca del contenido de las transmisiones de radio y televisión. Bajo la presión de un modelo comercial de tipo norteamericano, la radio y la televisión cultural, educativa, escolar o de cualquier otra índole, han quedado restringidas y supeditadas a espacios muy reducidos y hasta la fecha, no existe legislación alguna que impulse este tipo de radiodifusión a pesar de ser tan necesaria para el país.

Para observar con mayor precisión esta situación es necesario conocer y analizar algunos de los preceptos legales que se precisan en la *Ley Federal de Radio y Televisión*, en algunos artículos contenidos en la *Ley General de Vías de Comunicación* y en diversos acuerdos presidenciales que establecen el régimen de concesiones y permisos para este rubro.

En la actualidad la radiodifusión en México se encuentra reglamentada *"mediante un corolario técnico de un principio constitucional (el dominio directo del espacio aéreo mencionado en el párrafos anteriores) y por la aplicación analógica de una Ley General de Comunicaciones y Transportes"*. Desde este punto de vista legal, se rige considerando a los medios de comunicación electrónica de forma similar a los autobuses o a los ferrocarriles, puesto que la visión se limita al *" medio ambiente en que se propagan las ondas electromagnéticas"*⁵¹. Es decir, como los medios utilizan el espacio aéreo para transmitir sus mensajes, el Estado contempla su función como la de cualquier otro medio de transporte que utiliza la vía asfáltica o aérea.

Por su parte, la *Ley Federal de Radio y Televisión* establece no sólo las posibilidades del gobierno de emplear cierto tiempo en la radio y la televisión, sino también las actividades que debe comprender la Industria de la Radio y la Televisión (Artículo 3º), su *Función Social* (Artículo 5º), su *Jurisdicción Federal* (Artículos 8º al 12º), sobre las *Concesiones, Permisos e Instalaciones* (Artículo 13º al 28º), sobre la

⁵¹ Sánchez Herrero, Santiago. *"Comercialización e Interés Social"* en Revista Nueva Política Vol. I Número 3. *"El Estado y la Televisión"* varios autores. FCE, México julio - sep. 1976. p.217.

Nulidad , Caducidad y Renovación (Artículos 29º al 45º), sobre la Coordinación y Vigilancia (Artículo 90º al 98º) y el transitorio acerca de la Vigencia de la Ley.

Un análisis cuantitativo de la Ley de referencia permite observar los puntos de interés que otorgan mayores facilidades a los grupos privados que actualmente controlan la radio y la televisión en México. Por ejemplo, mientras que a la función social se le otorgan sólo 2 artículos, a su jurisdicción 4 y a su control y sanciones 12, que en total suman 18, a las condiciones para su apropiación y funcionamiento se le otorgan 74. Esta situación refleja el total de instancias legales que facilitan las facultades necesarias para el control privado de la radiodifusión.

Podría pensarse que el número de artículos no significa nada o que una mayor cantidad de ellos representa un mayor control del Estado; sin embargo esto no es así, pues en las condiciones necesarias para la obtención de concesiones jamás se hace referencia a algún tipo de contenido social, educativo o cultural imprescindible o específico para obtenerlas, y la mayoría de los artículos alude a aspectos tales como las medidas de seguridad, horarios y garantías de operación, traspasos, tarifas, etc.

Desde el punto de vista cualitativo y para los fines que interesan a esta investigación se destacarán únicamente, los aspectos de esta Ley relacionados con la Radio y Televisión Educativa, Cultural y Universitaria.

2.3.1.- En cuanto a su función social:

El artículo 4º señala que : *"La radio y la Televisión constituyen una actividad de interés público, el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social"*.

El artículo 5º se refiere también a esta función social, descubriéndola como el fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de la convivencia humana. En este sentido; las transmisiones procurarán:

I: Afirmar el respeto a los principios de moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares.

II: Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud.

III: Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones ...

IV: Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales”.

El artículo 6º habla sobre la promoción a la *“transmisión de programas de divulgación con fines de orientación , social, cultural y cívica”*, la cual recaerá en el Poder Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías, Departamentos de Estado, Gobiernos de los Estados , Ayuntamientos y Organismos Públicos.

2.3.2.- En cuanto a los órganos facultados:

El artículo 11 señala que la Secretaría de Educación Pública tiene las siguientes atribuciones:

I: Promover y organizar la enseñanza a través de la radio y la televisión.

II: Promover la transmisión de programas de interés cultural y cívico.

III: Promover el mejoramiento cultural y propiedad del idioma ...

IV: Elaborar y difundir programas que difundan las estaciones de radio y televisión.

V: Proteger los derechos de autor de la Radio y la Televisión.

VI: Extender certificados de aptitud al personal de locutores que participen en las transmisiones.

El artículo 12 contiene un punto en donde se señala que la Secretaría de Salud es la instancia encargada de autorizar la propaganda de comestibles, bebidas, medicamentos, insecticidas, etc. Aspecto que se reconoce como anormal, ya que la mayoría de los comerciales de radio y televisión promueven la compra masiva de productos que generalmente son dañinos para la salud.

En lo que se refiere a concesiones y permisos, la ley señala en el artículo 13 que: *“ las estaciones oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas, etc. “sólo” requerirán permiso. La Secretaría de Comunicaciones y Transportes, determinará la naturaleza y propósito de las estaciones”*. Cabe aclarar en este punto, las restricciones que impone la instancia mencionada para otorgar estos permisos; ejemplo de ello, es que de un centenar de instituciones educativas y culturales que existen en el Distrito Federal, sólo unas cuantas cuentan con este permiso.

En estos términos, para constituir estaciones culturales y experimentales, el artículo 25 señala que sólo podrán otorgarse los permisos a ciudadanos mexicanos o sociedades u organismos públicos o sociedades por acciones, que tendrán carácter de nominativas.

El artículo 37 habla sobre la revocación de los permisos y destacan los siguientes motivos por los cuales pueden ser revocados:

“ I: Cambiar la ubicación del equipo transmisor ...

IV: No prestar con eficacia, exactitud y regularidad el servicio “especializado” .

Un aspecto contenido también en la ley, es el que se refiere a la programación. Al respecto el artículo 58 señala que: *“ el derecho de información, de expresión y recepción ... es libre, consecuentemente no será objeto de ninguna inquisición judicial o*

administrativa ni de limitación alguna, ni censura previa, y se ejercerá en los términos de la constitución de las leyes".

El artículo 59 bis- se refiere a la programación dirigida a la población infantil, la cual deberá *"propiciar su desarrollo armónico, estimular la creatividad, la comprensión de los valores nacionales y promover el interés científico y artístico"* entre otros puntos.

Los artículos 67, 68, 69 y 70 se refieren a las reglas para la publicidad y destacan las restricciones con respecto al tiempo para su transmisión; la publicidad de centros de vicio, de actividades que engañen al público o le causen algún perjuicio, que inciten a la violencia o distorsionen los hábitos alimenticios.

Es de importancia el artículo 73 que señala que de la programación viva se deberán aprovechar y estimular los valores artísticos, locales y nacionales y las expresiones del arte mexicano. Por su parte el artículo 75 se refiere al uso del idioma y señala únicamente que las estaciones deberán *"hacer uso del idioma nacional"*.

Los artículos 81, 82 y 83 hablan sobre las Escuelas Radiofónicas, como estaciones emisoras y receptoras especiales para los fines de extensión de la educación pública, en los aspectos de difusión cultural, instrucción técnica, industrial, agrícola, alfabetización y orientación social. Sus acciones como ya se menciona las regula la SEP; sin embargo, las Escuelas Radiofónicas es una figura jurídica que desapareció hace más de diez años.

2.3.3.- En lo relativo a las sanciones, las multas por contravenir las disposiciones señaladas anteriormente fluctúan entre los quinientos y ciento cincuenta mil pesos.

Como se observa, la legislación en materia de radio y televisión está desactualizada y es demasiado ambigua y general en aspectos de importancia específica para la población; sobre todo si se considera el carácter masivo de las emisiones de Radio y Televisión. Además nada se habla acerca de las transmisiones

de radio y televisión educativa, cultural, universitaria o escolar y se nota, en este punto, un manejo más con sentido político, que verdaderamente social.

Es importante considerar que existe otro precepto legal denominado *Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión* y de la *Ley de la Industria Cinematográfica*, el cual fue expedido en 1973 bajo el régimen del presidente Luis Echeverría; este instrumento contiene disposiciones reglamentarias que precisan las relaciones entre el poder público y los particulares, en donde destaca el tiempo que las estaciones deberán ceder obligatoriamente al Estado. La importancia de este documento es fundamental para comprender como a pesar de todo, el Estado ha sido incapaz de imponer a los particulares las condiciones básicas para establecer un equilibrio en las transmisiones de diversión, entretenimiento, educación y cultura.

Por otro lado, el artículo 74 de la Ley General de Educación establece que los medios de comunicación habrán de contribuir al logro de las finalidades de la educación nacional y ajustarse a los criterios que la norman.

En lo concerniente a la radiodifusión universitaria, ninguno de los documentos mencionados hace mención específica de ella, no obstante sus ya más de sesenta años de trabajo y sus indudables aportaciones a la educación y cultura del país.

CAPITULO 3: LA RADIO COMO MEDIO EDUCATIVO Y CULTURAL.

La radio surge como resultado de los grandes avances alcanzados en la telegrafía sin hilos. El perfeccionamiento de aparato de Marconi capaz de transmitir señales a través de ondas hertzianas, permitió la transmisión de la voz humana con lo que se iniciaba un nuevo periodo en los medios de comunicación masiva. Inmediatamente se inicia un conflicto feroz por obtener las patentes o recursos necesarios para la explotación de este nuevo medio.

Muchos experimentos y aparatos fueron fabricados y perfeccionados antes de que la radio se constituyera como medio de masas. De Fleur señala -con respecto a los inicios de la radio en E.U.-: que el primer aparato transmisor fue construido por el Dr. Frank Conrad quien trabajaba para la empresa Westinghouse. Al conseguir una licencia para su transmisor doméstico, el Dr. Conrad logró transmitir algunas señales a gente que se encontraba dentro de la zona, lo cual provocó una rápida demanda de aparatos receptores. La empresa Westinghouse construye los primeros receptores y para estimular su venta, fabrica un receptor más poderoso. En 1920 se crea la estación KDKA en la ciudad de Pittsburg.⁵²

En un inicio la fuente de financiamiento de la radio fue a través de la promoción y venta de los aparatos o equipos. Es por ello que se intentó transmitir programas que captaran la atención de los radioescuchas: como la elección presidencial de 1920 en los Estados Unidos.

Con la transmisión de estos eventos se puso en evidencia una de las características fundamentales de la radio que es su inmediatez, ya que la radio transmitió los resultados de las elecciones, a medida que éstos, eran suministrados desde un periódico cercano.

⁵² Cfr. De Fleur. *Op. Cit.* p. 119

3.1 La Radio en México

Se puede decir que los inicios de la radio en México fueron de carácter experimental con fuertes rasgos culturales y educativos determinados por las características generales del medio, que cubría grandes territorios poblacionales. Sin embargo, a partir de este momento se establecen dos grandes fuerzas que intentan controlar el novedoso medio: el Estado y los particulares. Corresponde a este último grupo, la iniciativa de invertir en este nuevo y poderoso medio de difusión masiva, sobretodo al percatarse de los enormes beneficios generados por la radio norteamericana.

Existe cierta controversia con respecto a cuando surgió en verdad la radio en México. No obstante, los datos que se tienen sobre los inicios de la radio en nuestro país, corresponden al año de 1916, cuando el Ingeniero Constantino de Tárnava Jr. instala en la Ciudad de Monterrey, Nuevo León, una estación experimental.

"En 1919 se inicia la radio experimentación con telefonía por parte de Juan Buchanan, Jorge Peredo y otros..." En 1921 el Doctor Adolfo Gómez Fernández y su hermano instalan una estación en el Distrito Federal, ubicada en el Teatro Ideal, en la calle de Dolores. Desde ahí transmiten dos canciones mediante un pequeño transmisor De Forest de 20 watts, las cuales fueron escuchadas *"claramente en el entonces inconcluso Teatro Nacional (hoy Bellas Artes)"*⁵³.

Es importante resaltar el carácter experimental de estas primeras transmisiones desarrolladas por personas que tenían las posibilidades económicas y técnicas para lograrlo. Además, la mayor parte de ellos formaban ese pequeño grupo de iniciadores que fueron hechizados por la radio y que por lo general, eran ingenieros o técnicos acostumbrados a viajar por otros países; ahí fue verdaderamente descubierta la radio para nuestro país.

⁵³ Revista *"El Universo de la Radio"*, Vol. 1, No. 1, Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal, 1996. México, p.57.

Por esos años, el Ingeniero Tárnava "realiza el primer programa vivo de estudio en su estación TDN (Tárnava Notre Dame)". La transmisión se inició a las 8:30 horas del 9 de octubre de 1921 y algunos investigadores consideran esta fecha como la del nacimiento de la radio en México. Tárnava transmitió con una potencia de 50 watts "produciendo música de disco y haciendo publicidad a negocios y productos de las amistades de su señor padre".⁵⁴

Estas primeras experiencias, llevaron a los pioneros de la radio a hacer un intento por unificar esfuerzos. Su objetivo era, conocer lo que se estaba haciendo con este nuevo medio de comunicación y preservar cada nuevo descubrimiento o novedades generadas en otros países.

Es por ello, que "Un año después se funda la Liga Mexicana de Radioexperimentadores, con Gregorio Solís Payán como presidente" ⁵⁵. Además comenzó un crecimiento de la radio que para ese mismo año ya había llegado a la ciudad de Morelia, Michoacán, en donde Tiburcio Ponce empezó a transmitir con un pequeño aparato de 25 watts.

Sin embargo, Francisco Corral considera que es hasta el año de 1923, cuando inicia formalmente la radio en México, al autorizar el gobierno las primeras transmisiones radiofónicas. Según este investigador, su origen está estrechamente ligado al "interés por establecer y desarrollar el uso de los medios de difusión en México para crear un mercado interno que asegurara el consumo y para adoctrinar políticamente las masas"⁵⁶

El objetivo de fundar uniones era precisamente el de defender sus intereses como gremio, cabe señalar que por estos años se consolidaban también las uniones de obreros, campesinos y posteriormente de empresarios, para luchar por sus prerrogativas.

⁵⁴ Bertrán, Antonio "La Radio en México" Revista Mexicana de Aviación p.77.

⁵⁵ Revista "El Universo de la Radio" Año 1 Número 1 Op. Cit p. 57.

⁵⁶ Cfr. Comal, Manuel. "La Ciencia de la Comunicación en México" Editorial Trillas, México, 1986. p. 53

*"Paralelamente, los trabajadores de la radio empezaron a organizarse en defensa de sus intereses y así surgieron: La Liga de Radio y el Centro de Ingenieros". Posteriormente estas organizaciones se unen para formar la Liga Mexicana de Radio, primer antecedente de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT)*⁷⁷.

Fue también en 1923 cuando el escritor Martín Luis Guzmán, director del periódico *"El Mundo"*, abrió una estación en el mes de agosto. En ésta dictaron conferencias personajes como José Vasconcelos, Antonio Caso, Carlos Pellicer y Manuel M. Ponce. Este es uno de los primeros antecedentes de la Radio Cultural en México.

El interés por utilizar la radio como medio publicitario no se dejó esperar y *"Entre 1923 y 1935, las principales patrocinadoras de la radio fueron la Cervecería Modelo, La Cigarrera El Buen Tono, Teléfonos Ericsson, Coca-Cola, General Motors, Radio Receptores, Industrias Lanteras, entre otros"*⁷⁸. En 1925, la empresa General Electric contaba ya con su propia estación comercial, la CYJ. Pero fue hasta 1930 que la estación aparece con el nombre de Radio Mundial.

Adoptando el modelo radiofónico norteamericano, con el auspicio de grandes consorcios y cadenas norteamericanas y con fuertes intereses en el nuevo mercado de la radiofonía, la incipiente radio nacional comienza a definir sus rasgos firmemente trazados, con la fundación de la XEW de Emilio Azcárraga en 1930. Lo que a la postre traería consigo la multiplicación de estaciones radiofónicas, primero en las ciudades más importantes y posteriormente en todo el territorio nacional.

Entre las décadas de los 30 y los 40 se consolida la radiodifusión nacional, por la intervención de la National Broadcasting Company (NBC) y a la Columbia Broadcasting System (CBS). Estas cadenas de origen estadounidense, apoyaron en esos años a la

⁷⁷ *Idem.*

⁷⁸ *Ibidem*, P. 55

XEW y a la XEQ de México. Para 1930, la XEW inicia sus transmisiones en la banda de Onda Corta y en 37 se funda Radio Universidad Nacional Autónoma de México (XEUN) que por ser de importancia para esta investigación será considerada en un apartado especial. El 25 de junio de ese mismo año, se inician las transmisiones de la Hora Nacional.

Al igual que en otros países, es en los cuarentas cuando surgen en México grandes cadenas de emisoras con cobertura nacional. La primera es Radio Programas de México, con cuarenta emisoras. Otra de ellas fue Radio Cadena Nacional. Es también en este periodo, cuando surge XEOY Radio Mil (1942), y la XEX (La voz de México) que pone en servicio el primer transmisor de Frecuencia Modulada en México en (1947).

En 1952, se inaugura XEMX, Radio Femenina que aparece al aire como la primera estación del mundo manejada totalmente por mujeres; cabe mencionar que en México, las mujeres siempre han escuchado radio. En consecuencia, ya desde los años 30 existían programas dedicados a este núcleo del auditorio. Según una nota publicada en el periódico "El Financiero": *" la estación del Partido Nacional Revolucionario (ahora PRI) transmitía el programa "La Hora del Hogar", el cual ofrecía cursos de costura y cocina. Los que siguieron en años posteriores eran similares agregándose consejos de belleza, moda, salud, y educación de los hijos, además de las radionovelas, producciones reinas en la década de los 40".*⁵⁸ y aunque esta programación era de contenidos demasiado esquemáticos, Radio Femenina, que funcionó de 1952 a 1959, logró un gran éxito al reunir a mujeres destacadas de la década.

Es en el año de 1960, cuando se promulga la primera *Ley Federal de Radio y Televisión* por el entonces presidente Adolfo López Mateos, ganando espacios para el Estado y cuyo Reglamento, no entraría en vigor sino hasta el 19 de abril de 1973.

⁵⁸ López García, Guadalupe. "El Financiero" 1 de septiembre de 1997. Sección Cultural p.66.

El 31 de diciembre de 1968, se crea el impuesto del 25% sobre los ingresos que recibían las empresas en pago de servicios prestados al amparo de concesiones federales y televisión. Al año siguiente, esta cuota es fijada en 12.5% y podía ser pagada ya sea en efectivo o en tiempo de producción diaria.

El intento más serio del Estado por incursionar en la radio se dio a fines de 1978 cuando se concluyó por fin el proceso por el cual tres emisoras comerciales fueron entregadas al control de la RTC. La XEB, una de las estaciones de mayor tradición en México, dotada de canal libre internacional; la XEMP (llamada antes Radiorama) y la XERPM (que fue origen de Radio Programas de México y después Radio Juventud). Las tres pertenecían a la Organización Radio Fórmula que tuvo problemas financieros y fiscales por lo que el gobierno decidió absorverlas nombrándolas respectivamente, Radio Uno, Radio Dos y Radio Cuatro.

Ubicándose en ese mismo año y haciendo referencia a la Radio Comercial Miguel Angel Granados Chapa señala que *"durante 1978 sus esquemas tradicionales no variaron: muchos anuncios y mucha música pagada por las grabadoras"*⁶⁰. Destaca, sin embargo, el convenio que en aquel tiempo suscribe, el recién creado Núcleo Radio Mil con el Instituto Nacional de Bellas Artes para la difusión de conciertos a través de sus frecuencias. La División Cultural de este consorcio, afirmó haber transmitido durante ese año 51,000 cápsulas culturales, que a juicio de Granados Chapa no eran sino, *cápsulas muy sintéticas con afirmaciones superficiales*.

La radio continúa su desarrollo tanto en amplitud modulada, frecuencia modulada y onda corta. En 1983, se concreta la participación del Estado en la radio, cuando el 23 de marzo, el gobierno del presidente Miguel de la Madrid crea el Instituto Mexicano de la Radio (IMER) *"la intención estatal de actuar como emisor en la industria de la radiodifusión se manifestó en la creación del...IMER, organismo público descentralizado cuyo fin era <<promover y coordinar las actividades radiofónicas del*

⁶⁰ Granados Chapa, Miguel A. *"Examen de la Comunicación en México"* Edit. El Caballito, México 1981, p.89.

Estado en un sólo organismo, así como operar en forma integral las entidades de radio propiedad del gobierno federal >>".⁶¹

A este nuevo organismo se le asignó la tarea de operar las actividades radiofónicas del Estado, lo que incluía " *la administración de recursos físicos, humanos y financieros, y la producción de bienes y servicios*". De tal manera, las actividades normativas en materia de radiodifusión se conservan para la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) de la Secretaría de Gobernación, en tanto que la producción de los mensajes paso a manos del IMER.

De acuerdo con el decreto presidencial que le dio origen, el IMER recibió como patrimonio la operación de las estaciones XERPM, XEMP, XEB y XERMX-OC (Radio México Internacional). Posteriormente se le asignaron XHOF - FM y la sección radio de la Productora Nacional de Radio y Televisión (PRONARTE), así como la empresa "Promotora Radiofónica del Balsas S.A." concesionaria de la radiodifusora XELAC, de Lázaro Cárdenas, Michoacán y la estación XEQK en sus frecuencias de amplitud modulada y onda corta.

Tres años después de haberse instaurado, en 1987, el IMER agrupaba la mayor audiencia del país integrándose en 94 estaciones, de las cuales 67 eran de banda normal, 11 de onda corta y 38 en Frecuencia Modulada. La programación se centraba, en la difusión de discos y cantantes de moda, pero también se presentaban programas culturales, musicales, de comentarios y noticiarios.

A pesar de este notable esfuerzo del Estado por recobrar y plantear una radio de interés social, el constante reclamo empresarial de "el Estado a gobernar y los empresarios a administrar" el IMER se ha debilitado en los noventa, y algunas de sus estaciones no tienen ya la fuerza de la década anterior.

⁶¹ Alva de la Selva, Alma R. "Radio e Ideología" Edit. El Caballito. México, 1986. p.67.

3.1.1. Panorama Actual de la Radio en México.

En el periodo intermedio entre finales de los ochenta y mediados de los setenta, la comunicación radiofónica está marcada por el desarrollo de la tecnología. La introducción del compact disc y los sistemas digitales representan el máximo avance en materia de radiotransmisión. Estos procesos utilizan programas de computadora que eliminan todos los ruidos existentes ajenos a la música, la voz o los efectos, lo cual permite lograr una alta pureza de sonido.

Los cambios en la estructura de los grupos radiofónicos también se han presentado, en los últimos años, de manera constante. Con el fin de superar una de las peores crisis económicas de la historia, la radio en el DF experimenta durante 1994, 95 y los primeros meses de 96, diversos ajustes en sus estructuras, en sus contenidos y en sus estrategias de crecimiento.

De las transacciones efectuadas destaca la concretada entre Radiodifusión Red, de Corporación Medcom, y Grupo Radio Centro (GRC), quien consolidó su posición en el DF: al pasar a su operación tres emisoras más de las diez que ya tenía en la misma plaza, lo que significa detentar el 24% del espectro hertziano. Las emisoras incluidas en la operación fueron XERED- Radio Red AM, XHRED-Radio Red FM y XHRCA- Alfa 91.3. En provincia se unieron a GRC, XEDK-Radio Red de Guadalajara y XESTN-Radio Voz de Monterrey.

Otra de las fusiones más sobresalientes es la llevada a cabo por el Grupo Acir y ARTSA (Agentes de Radio y Televisión) en donde Acir integró a su estructura tres estaciones de ARTSA; de esta forma Acir en el DF: cuenta ya con siete estaciones: cuatro en FM (XHM-Azúl 89, XHPOP-Digital 99, XHDFM-Mix FM 106.5 y XHSH-La Comadre) y tres en AM (XEL-Radio Acir, XEFR-Radio Capital y XEVOZ-Bonita), lo cual coloca al Grupo Acir como el segundo grupo más grande de la capital. Además, este mismo grupo reestructuró sus empresas en tres áreas: Acir Radio, Televisión Integral

con 12 sistemas de cable, cinco de T.V. restringida, dos canales de T.V. abierta en el interior de la República y Multicom, que ofrece servicios de radio localización.

Por otro lado, Stereo Cien del Grupo Sociedad Mexicana de Radio SOMER decidió unirse con el Núcleo Radio Mil (NRM) el 28 de marzo de 1995. Con la fusión, la empresa opera seis estaciones en la capital: tres en FM (XEOY- Morena FM, XHROK-Rock 101 y XHMM, Stereo Cien) y tres en AM (XEPH-Sabrosita 590, XEOY-Radio Mil y XEBS-Radio Sinfonola). *"Uno de los efectos inmediatos de la fusión se reflejó en los cambios en la programación de las emisoras del grupo y en el área de noticias..."*⁶²

Con respecto a este cambio de programación en Radio Mil cabría señalar que en la historia de la radio comercial mexicana destacan algunos proyectos de carácter cultural dirigidos específicamente a un público determinado como lo son los jóvenes. Tal es el caso de Rock 101 estación del Grupo Radio Mil creada en los ochenta, que después de más de diez años de transmisiones fue transformada lentamente hasta llevarla a su desaparición.

El periodista Hugo García Michel del periódico "El Financiero" señala con respecto a esta estación de rock: *"Todo parece indicar que en México jamás tendremos una radio rocanrolera decente. La eutanasia aplicada a ese proyecto moribundo que era Rock 101 no viene sino a confirmar el aserto. Ahora se anuncia... el nacimiento de un híbrido denominado Código 109 vomitiva mezcla de pop, dance, rock en español y canciones juveniles al estilo impuesto por Televisa"*.⁶³

En sus inicios esta estación fue comandada por el equipo de Luis Gerardo Salas, Jaime Pontones, Lynn Fainchstein, Dominique Peralta y Cecilia Pérez Gazga y según palabras de García Michel *"Inyectó aire fresco al cuadrante... Tuerta en tierra de*

⁶² Revista "El Universo de la radio", Op. Cit, P 23..

⁶³ "El Financiero" 27 de agosto de 1996, p.57.

*ciegos, la emisora significó un cambio cualitativo en el modo de hacer radio para jóvenes en nuestro país*⁶⁴

Otra de las alianzas fue la realizada por el grupo Radiorama (grupo con el mayor número de estaciones propias y afiliadas: 161) y el Grupo Siete cuyo resultado dio origen a la empresa Comercializadora Multimedia de Comunicación, con siete estaciones ubicadas en igual número de ciudades (DF; Toluca, Coacalco, Pachuca, Apizaco, Puebla y Cuernavaca); los periódicos "Cambio" de Tijuana, "Cambio" de Monterrey, "Cambio" de Hermosillo, Play boy, Dentista y Paciente, y San Diego; y los canales 2 de Reynosa y 33 de Tijuana. El grupo Siete llegó a un acuerdo con (GRC) para operar de XEEST-AM Radio Éxitos en el DF con el objetivo de transformarla en Sonido Cristal México, emisora de música grupera; dicha operación se efectuó a raíz de que grupo Radio Siete cediera la XHFO-FM Sonido Zeta desde hace 3 años.

Otras de las fusiones fueron las de XEN-AM (antes Radio Mundo, después Radio Sportiva y hoy Ondas del Lago) que representan los grupos Corporación Mexicana de Radiodifusión (CMR), Cadena de Radiodifusoras Asociadas (RASA) quienes se asociaron además con la psicóloga Tere Vale.

En términos generales estas alianzas o fusiones reflejan no sólo la forma en que la crisis sexenal afectó a las radiodifusoras, sino también y en forma clara son el indicador de las transformaciones que sufren a nivel mundial los medios masivos de comunicación debido a los veloces avances tecnológicos y a una feroz batalla por la captación de anunciantes y audiencias, temas que bien podrían servir para un completo análisis.

Otro de los grupos que tuvo que ajustar y renovar su programación fue el Grupo Radiópolis de Televisa cuyo vicepresidente es actualmente Ricardo Rocha. El periódico "La Jornada" publicó con respecto a este punto la siguiente nota:

⁶⁴ *Idem.*

"Ante la crisis económica, Radiópolis, División Radio -un corporativo del grupo Televisa- acaba de realizar una amplia reestructuración administrativa y propone convertirse en una gran unidad de producción, a fin de diversificar sus contenidos y allegarse más recursos"⁶⁵.

Esta estrategia comercial significó el despido de aproximadamente 120 personas que laboraban en las instalaciones de Artículo 123, en el centro de la ciudad de México; sin embargo, para los directivos de Televisa era una medida necesaria para sanear las finanzas y reorientar su programación.

Uno de los planes más atractivos dentro de este proyecto de renovación de la emisora, es según el mismo (Ricardo Rocha): *"estimular que tanto los universitarios como los profesionales de la radio... lleguen y nos planteen un proyecto. Aquí se enriquece y vemos si puede o no tener un buen patrocinio"*⁶⁶

Para ello se ha invitado a la ANUIES (Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Enseñanza Superior) y otras instituciones, a fin de coordinar la participación de los universitarios. Este proyecto se vio fortalecido recientemente, con otro proyecto paralelo de Televisa denominado Espacio de Vinculación Universitaria, que ha permitido la transmisión de programas de radio producidos por estudiantes de diversas Universidades de la Zona Metropolitana de la ciudad de México por la estación XEQ 940 y XEW en el 900 de A.M.

El proyecto es interesante pues es la primera vez que una estación comercial intenta vincularse con los proyectos universitarios de radio. Otra de las acciones que este grupo decidió llevar a cabo en fechas recientes, fue el de establecer un convenio con la cadena denominada Radio Difusoras Asociadas (RASA).

⁶⁵ *"La Jornada"* 18 de septiembre de 1995, p.28.

⁶⁶ *Idem*.

De esta manera, las fusiones o estrategias comerciales recién realizadas implican un replanteamiento de formatos; el cambio de nombres de estación y el retorno o innovación en la programación. Programas como "Radiometra" o el retorno del género de las radionovelas o noticiarios como "La Noticia y Usted", "Despertador 15.30" o "Con la Ley en la Mano" reflejan una renovada tendencia a dirigir la programación que el público demanda y que los expertos en mercadotecnia llaman nichos de mercado.

Algunas otras estrategias de los grupos señalados fueron el envío de su programación al interior de la República e incluso al extranjero. Ejemplo de ello es la cobertura en estaciones de Guadalajara, Monterrey y Cuernavaca, de la fusión realizada en 1994 por Grupo Imagen Comunicación en Radio con su estación Pulsar FM (XEDA) y Frecuencia Modulada Mexicana.

Radiópolis por su parte, importa programaciones a China con un potencial de 500 millones de radioescuchas. Y a España con el programa "Marcha-México-Madrid", que sale al aire a través de las emisoras Radio España y Radio Pop.

En lo que se refiere al uso de la tecnología, destaca la incursión de la radio mexicana en la llamada "autopista de la información" que marca nuevas expectativas para la radio y en general para los otros medios de comunicación "La emisora Radioactivo 98.5 del Grupo Imagen Comunicación en Radio y Frecuencia Modulada Mexicana, abrió una línea de acceso a Internet para ofrecer información sobre su programación, así como para establecer una comunicación interactiva con los usuarios de este servicio"⁶⁷.

La vinculación de Radio a la novedosa tecnología de la Internet, a través de Infonet (sistema que contiene sonido, además de datos en página), también ha sido explotada por Grupo Radio Centro, y a finales de 1996 y principios de 97, la mayor parte de las cadenas y grupos incursionaban ya en esta nueva tecnología.

⁶⁷ Revista "El Universo de la Radio" Op. Cit. p. 26

Estas perspectivas de telemática, cuya función fundamental consiste en el envío de mayor información en el menor tiempo posible y con una alta calidad, marcan una nueva fase en la comunicación que seguramente se extenderá, en un futuro muy próximo, al cine y la televisión.

Actualmente, existen en la Ciudad de México 58 estaciones de Radio que, como se ha señalado, se encuentran en proceso muy reciente de fusión y búsqueda de opciones de comercialización. Es notorio el que dichas acciones se establecen entre los representantes de una jerarquía comunicacional con amplias facultades para realizarlas. Destaca dentro de esta renovación la omisión y el olvido que estaciones de carácter educativo cultural como Radio UNAM o Radio Educación experimentan; y en una escala mucho mayor, las pequeñísimas emisoras o proyectos de tipo alternativo, universitario o comunitario que sin duda tenderán a reducir su campo de acción ante el embate del enorme poder, que adquirirán los nuevos grupos aliados.

Más que enfrentar una situación controversial se puede observar un panorama desolador, puesto que un país como México en donde los índices de analfabetismo, desnutrición, enfermedades y pobreza son muy elevados y en donde la radio podría funcionar como verdadero medio de diálogo, comprensión y expresión para contribuir a disminuir la gravedad de estos problemas, ni la iniciativa privada, ni el gobierno se han preocupado por ello, ni en la diversidad de acciones ni con la profundidad necesaria.

Las estrategias implantadas bajo la mirada de las autoridades se dirigen a ganar mayor audiencia, mayor número de anunciantes para un mayor número de consumidores, situación que no es en sí misma reprobable. Lo que llama la atención es que no se haga un mínimo esfuerzo por abrir espacios y financiamiento para proyectos institucionales, educativos, culturales o comunitarios. Es bien conocido el largo tiempo que tiene que esperar una Institución educativa, para recibir un permiso en lo que a la transmisión de su señal, tan sólo a nivel comunitario, se refiere.

En el fondo del problema subyacen impedimentos de tipo legal, político y de costumbres arraigadas que constituyen un vendaje sobre los ojos de las autoridades que consideran improcedente otorgar estos permisos en forma indiscriminada, otorgándose la facultad total de decidir al respecto, sin que exista la participación de otras instancias como la Cámara de Diputados, o la representación de los diversos sectores que integran a la sociedad mexicana en su totalidad.

Durante el año en que se realiza la presente investigación (1997) y como consecuencia de diversos cambios de carácter democrático dentro de la política en México, algunos sectores integrantes de partidos de oposición demandaron una revisión a fondo de la base legal sobre la cual descansa la radio y la televisión en nuestro país. Las propuestas giran en torno a la emisión de una Nueva Ley de Radio y Televisión y un Reglamento independiente, de los que emanan de "*vías generales de comunicación*". Seguramente la persistencia en este punto acarreará modificaciones trascendentes para las estaciones educativas, culturales y universitarias.

3.2 Desarrollo de la Radio Educativa y Cultural en México.

En el capítulo anterior se consideraron, el origen y algunas de las dificultades más importantes por las que atraviesa la Radiodifusión Educativa y Cultural. En el caso de México, estas dificultades no son menos trascendentes y de ellas depende su estado actual.

Se observa como ya se ha mencionado, una confusión para tipificar que estación es educativa y cual es cultural y, se considera, que la única forma de resolver tal dificultad, es revisando la evolución histórica de las estaciones consideradas como educativas y culturales. El objetivo es tratar de identificar, de una forma más clara, cual es su verdadera función.

En México la radio educativa, la que se apega al modelo de educación formal, ha tenido muy poco éxito y sólo ha sido transmitida ocasionalmente por algunas emisoras de carácter gubernamental como Radio Educación, de la Secretaría de Educación Pública. Y aunque han existido proyectos en este sentido, por parte de algunas instituciones, es en la radio, en donde más intervienen las Asociaciones de Radiodifusores para defender las concesiones y tiempos de la radio lucrativa.

La Radio Cultural, que entraría dentro de los modelos de educación no formal, es la que ha tenido mayores oportunidades de difusión en este país. Incluso estaciones privadas, aún operando bajo el régimen de concesión, han transmitido proyectos de esta naturaleza. Obviamente los trabajos más numerosos y significativos han quedado en manos del gobierno y de las instituciones de educación superior, sobretodo públicas.

En términos generales, se puede incluir a la radio educativa y cultural dentro del parámetro que utiliza la investigadora Cristina Romo para describir a la radio que no es lucrativa. Ella utiliza el término de: *"la otra radio"*. En esta denominación caben infinidad de radios trascendentes y con él, se dibuja claramente el carácter marginal y limitado (aunque sumamente creativo) de todos estos proyectos que difunden verdaderos mensajes de la sociedad para la sociedad.

3.2.1 Radio Educación

La primera estación de radio de carácter cultural en México nace en 1924 bajo el nombre de Radio Educación siendo promovida así por el gobierno federal, a través de la Secretaría de Educación Pública. Sus primeras siglas fueron CZE y se ubicaba en los 560 kilohertz del cuadrante.

"Radio Educación vio inauguradas sus transmisiones con la toma de posesión del presidente Plutarco Elías Calles. Una alternativa en el campo de la radiodifusión"

mexicana había surgido con esta emisora estatal-cultural, cuyos esfuerzos estarían encaminados al servicio del pueblo, mediante la cultura y la información⁶⁸

Pero a pesar de los esfuerzos realizados para echar a andar esta estación, cuatro años después de su surgimiento suspende sus actividades debido a las limitadas condiciones en que funcionaba. No es sino hasta los primeros años de década de los treinta, cuando vuelve a iniciar sus actividades, para posteriormente suspenderlas de nuevo en los cuarentas, al finalizar la gestión presidencial del general Lázaro Cárdenas.

Después Radio Educación emprende un camino con frecuentes interrupciones: *“reinicio de transmisiones en el régimen de Ávila Camacho hasta la llegada de Miguel Alemán, resurgimiento del medio como apoyo al magisterio rural durante la presidencia de López Mateos, con la mejora paulatina del equipo técnico; hasta que en 1968 tras un año de esfuerzos fallidos, nace la actual emisora como... una opción radiofónica de elevado contenido cultural y cívico”*⁶⁹.

Las continuas interrupciones de la estación muestran las dificultades que enfrentaban los proyectos de esta naturaleza, a pesar de ser proyectos de enorme trascendencia social. Cuanto más, si los confrontamos con el rápido crecimiento de otras estaciones de carácter comercial que surgían en ese momento. Encontrar las distintas causas que obligaron la suspensión de actividades en distintas etapas de Radio Educación, sería un tema completo de investigación que sin embargo, nos desviaría del objetivo principal de nuestro estudio.

Hubo que esperar 27 años para que en 1967 se abriera de nuevo y definitivamente Radio Educación, distinguiéndose plenamente entre las pocas estaciones culturales. En 1972 adopta la forma en que hoy la conocemos, caracterizada como una estación cultural y no propiamente educativa, ya que si bien

⁶⁸ Castellanos, Juliana. *Descripción de la Estructura de un Noticiero Radiofónico, un estudio de caso. El noticiero vespertino de la emisora XEEP, Radio Educación, apuntes para su restructuración.* Tesis de Licenciatura ENEP, Acatlán, México, 1991, p. 190.

⁶⁹ *Ibidem* p. 191 Cfr. Radio Educación, *Qué es y qué hace Radio Educación* Boletín 1060, 1980.

algunos programas específicos se dedican a la enseñanza, éstos tan sólo constituyen una mínima parte de su quehacer radiofónico.

Al respecto de la indecisión gubernamental en relación con Radio Educación, el periodista e investigador Miguel Ángel Granados Chapa afirma que, no obstante que *"la Secretaría de Educación Pública continuó teniendo la titularidad del permiso que le hubiera permitido difundir, (ésta), no lo hizo durante un cuarto de siglo"*⁷⁰.

En muchas instituciones gubernamentales la falta de continuidad en los proyectos es común. Esto probablemente se deba, entre muchos otros factores, a los frecuentes cambios en los funcionarios responsables y Radio Educación no fue la excepción.

Hubo que esperar hasta 1978 para que Radio Educación recibiera *"un fuerte impulso con la Reforma Administrativa de la SEP, el cual se concreta con el acuerdo veintiuno firmado por el Secretario de Educación Pública, Fernando Solana en el Diario Oficial del 23 de noviembre de 1978 , en el que se define su carácter de organismo desconcentrado y establece sus funciones entre las que encontramos: difundir programas de información y análisis"*⁷¹

Con estos acuerdos, la estación adquiere el estatuto jurídico del que había carecido durante muchos años y registra, además, importantes avances. Se multiplican, por ejemplo, las emisiones a control remoto, desde la ciudad de México y desde una docena de entidades en la República Mexicana. Se transmite el XI Festival Mundial de la Juventud y los Estudiantes, desde la Habana, Cuba. Se incrementan los espacios destinados al público (llamadas telefónicas y correspondencia). De igual forma crece el número de programas de información y análisis y se intensifica la difusión de la música popular de los más variados países.

⁷⁰ Granados Chapa, Miguel A. *Op. Cit.* p.94.

⁷¹ Juliana Castellanos. *Op. cit.*, p.192

A partir de ese momento y con las siglas XEEP y XEPPM, las transmisiones de Radio Educación no han cesado. Trabaja con un potencial de 50 mil y 5 mil watts respectivamente, lo que le permite ser captada en Amplitud Modulada (1060 Khz) y en onda corta (6185 Khz) banda internacional de 49 metros.

Su auditorio potencial se localiza en la Ciudad de México, área metropolitana y regiones de trece estados; sin embargo, *"al mantener convenios de enlace radiofónico con estaciones culturales, estatales o universitarias de la provincia, Radio Educación llega también a una importante extensión de la República Mexicana, incluso a lugares apartados".*⁷²

Muestreos realizados en 1991 registraban un promedio de 400 mil radioescuchas, ubicados entre los tres niveles económicos de la población, considerados por las agencias. Estas cifras demostraban que, en ese año, la XEEP era la radiodifusora cultural con mayor audiencia entre las educativas y culturales del país.

*"Desde su edificio de la avenida Ángel Urraza # 622 de la colonia del Valle en la capital de la república, Radio Educación labora las 24 horas del día y para ello cuenta con tres estudios de grabación, uno de transmisión, uno de edición, uno de copiado, un laboratorio de mantenimiento técnico y dos cabinas de audición, situaciones técnicas que le permiten producir en sus estudios casi toda la programación. Asimismo, cuenta con una planta de transmisión en la colonia Ejército de Oriente".*⁷³

3.2.2 Radio UNAM

Otra estación importante de carácter educativo y cultural en México, es Radio Universidad de México, fundada en 1937. Dependiente de la Universidad Nacional Autónoma de México y concebida como *"El vocero natural de la Máxima Casa de*

⁷² *Idem*

⁷³ *Ibidem*. p.193

Estudios". Sus primeras siglas fueron XEXX 1170 kilociclos de frecuencia en onda larga, cinco mil watts de potencia con cuatro horas diarias de transmisión.

Debido a la escasez de recursos con que iniciaba, su primer director Alejandro Gómez Arias (en ese tiempo jefe de publicidad de la Universidad Nacional) tuvo que hacer todo lo necesario para impulsarla. El acto de inauguración se realizó el 14 de junio en el Teatro Bolívar de la Escuela Nacional Preparatoria, y despertó gran expectativa entre la prensa que la consideró como " *la primera labor verdaderamente cultural que se desarrolló en la radio de nuestra patria* ".⁷⁴

Claro que antes de llegar a ese momento los promotores de radio UNAM habían pasado ya por un sin fin de complicaciones que retrasaron su inauguración, sin embargo, el programa de ese día, que incluía un concierto musical, fue todo un éxito.

Según Alejandro Gómez Arias " *la idea de una emisora era muy vieja, desde ...1929, cuando el movimiento por la autonomía universitaria, la Universidad, pequeña como la de aquel entonces, parecía sentir la necesidad de saltar sobre sus muros y extender su acción, limitadísima de recursos económicos, parecía ideal tener una radiodifusora* ".⁷⁵

En 1939 Radio UNAM cambia sus siglas a XEUN frecuencia de 860 kilociclos en onda larga y lanza también XEUY 9600 de onda corta en la banda internacional de 31 metros, características que mantiene hasta la fecha. En aquel tiempo las transmisiones eran limitadas pues éstas se adecuaban al calendario de clases, por lo tanto no se escuchaba nada durante sábados, domingos, días festivos y periodos vacacionales.

Fue hasta 1956 cuando el equipo de Radio UNAM es reconstruido y se amplía la cobertura a los 365 días del año, con un horario de 13:00 a 24:00 horas de lunes a sábado y de 10:00 a 22:00 los domingos. Las instalaciones, mientras tanto, son

⁷⁴ Cfr. "Semanario Hoy" citado por Nieves Muñoz, Ma. Dolores en "Radio Universidad Nacional Autónoma de México y sus Servicios Informativos: Noticiarios" Tesis de Licenciatura p. 96.

⁷⁵ Gaceta UNAM, 11 de junio de 1987. p.7 *Notas sobre el Cincuentenario de Radio UNAM.*

trasladadas de la calle de Justo Sierra en el centro, a Ciudad Universitaria en el sur del Distrito Federal.

Así funciona la emisora dos años seguidos y en 1959 se inaugura su transmisor de frecuencia modulada ubicado en la torre de rectoría de Ciudad Universitaria con las siglas XEUN - FM, 96.1 megaciclos y mil watts de potencia.

Cobijada por su "*Alma Mater*" Radio UNAM vivió intensamente la época de los sesenta apoyando, sobretodo la efervescencia estudiantil generada durante ese decenio; pero no sólo se abocó a tal fin sino también a difundir las obras y pensamiento de los intelectuales más destacados de México como Carlos Fuentes, Rosario Castellanos, José Emilio Pacheco o Sergio Pitlor entre muchos otros. A sus cabinas acudieron ocasionalmente personajes de la talla de Gabriel García Márquez, Juan García Ponce o Emmanuel Carballo, todos ellos entrevistados por la escritora y periodista Elena Poniatowska.

En sus filas encontramos también a Carlos Monsiváis (destacado exponente de la cultura en México) quien relata que en 1961 y en respuesta a la transmisión en vivo de la invasión de Bahía de Cochinos en Cuba, por parte de los exiliados en Estados Unidos, los intelectuales y trabajadores de la estación decidieron transmitir todo un día sus más airadas protestas, lo cual provocó a su vez que algunos diarios denunciaran una supuesta infiltración comunista en la estación.

Fue también en esta época cuando el propio Monsiváis transmitía su programa "*El Cine y la Crítica*" con el cual, la estación recibió el Calendario Azteca de Oro por el mejor programa de crítica radiofónica. En este mismo decenio, para ser más precisos en el año 64, se inaugura el nuevo transmisor de amplitud modulada que con sus 50 mil watts, que le permite una mayor cobertura diurna.

Durante la revuelta estudiantil de 68, el apoyo de la estación al movimiento fue contundente. El rector Javier Barros Sierra ofreció, por ejemplo, un programa

radiofónico al Consejo Nacional de Huelga. También su director en ese tiempo, Joaquín Gutiérrez Heras, se negó a aceptar cualquier forma de censura. Esta actitud provocó una gran reacción del gobierno sobre la estación, a la cual etiquetó como de "adoctrinamiento subversivo". La situación llegó a tal grado que las transmisiones de Radió UNAM fueron suspendidas por varias semanas después de la trágica fecha del 2 de octubre.

Estos hechos sentaban además un precedente para el gobierno, sobre todo en lo que a permisos para transmitir se refiere, ya que a partir de ese momento el régimen de otorgamiento de los mismos para las instituciones de educación (sobretudo a Nivel Superior) son verdaderamente difíciles. A radio UNAM, por ejemplo, se le disminuyó en aquel tiempo su señal de 45 mil wats a cinco mil.

No obstante la estación se mantuvo y durante la década de los setenta, vive un resurgimiento importante. El propio Carlos Monsiváis relata: " *de pronto Radio Universidad se puso de moda, en plena integración con el ánimo febril y chispeante que hemos dado en llamar los setenta*".⁷⁶

En esta década se inauguran sus instalaciones actuales, ubicadas en la calle de Adolfo Prieto 133, en la Colonia del Valle en donde cuenta con oficinas administrativas, sitios exprofeso para la fonoteca y discoteca, auditorio, tres estudios de grabación y un sistema de transmisión en Frecuencia Modulada estereofónica con 20 mil watts de potencia.

En 1978 la emisora gana rango administrativo y jurídico, para convertirse en Radio UNAM, ya no dependiente de la Dirección de Difusión Cultural, sino adscrita a la Coordinación de Extensión Universitaria. Ese mismo año se inaugura la audioteca "Augusto Navarro" compuesta por más de 24 mil piezas, entre cintas, discos y casetes recopilados durante los 41 años de vida de la estación y destinada al uso del público en general.

⁷⁶. Granados Chapa, Miguel Ángel. *Op. Cit* p.98.

Florence Toussaint describe la actividad de Radio UNAM durante 1978, en una nota publicada en el "El Nacional": *"abundante música clásica, ensayos radiados, alta calidad poco auditorio".*⁷⁷

En 1985 ante la adversidad generada por los terremotos que azotaron a la ciudad de México, radio UNAM fue una de las primeras estaciones en cambiar su programación por completo, para otorgar un servicio social verdadero. También la radiodifusora se entregó a la organización de actividades estudiantiles de ayuda a la población.

Por esta iniciativa, el gobierno otorga a la estación, *"El Reconocimiento Nacional 19 de septiembre"* y el *"Diploma de Reconocimiento a la Solidaridad Institucional"* además, en este mismo año recibe el Premio Nacional de Periodismo e Información entre otras distinciones.

3.2.3 La Radio en otras Universidades Públicas y en el IPN.

Por otro lado, es necesario aclarar que 1978 es también un año importante para la radiodifusión de otras universidades públicas, ya que en octubre de ese año, se reúnen en Jalapa algunas emisoras universitarias caracterizadas por la falta de recursos, limitado alcance y con poca atención de gran parte de las autoridades universitarias. En esta reunión se anticipa la idea de convocar a otra reunión de radiodifusoras no lucrativas, que busquen modos de desarrollo.

Uno de los asuntos más importantes a resolver fue el relativo a la petición gestionada cuatro años antes por la Universidad Autónoma de Puebla, para tener su propia estación radiofónica y al hostigamiento sufrido por esta Institución, por parte de las emisoras comerciales de esta entidad; en contraste resalta la aprobación para la operación de una emisora propia de la Universidad de las Américas.

⁷⁷. *Ibidem* P. 90

Fue hasta el 20 de octubre de 1980, cuando estas reuniones tienen resultados concretos y se crea el Programa Nacional de Colaboración de Radiodifusoras Universitarias, cuyo propósito es el de fortalecer la radiodifusión estudiantil.

Esta década de los 80 representa un periodo de confirmación para la radio universitaria ya que es en este periodo cuando un buen número de instituciones de educación superior, sobre todo de carácter público, gestionan ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes el permiso necesario para obtener una frecuencia y poder transmitir.

En la mayoría de los casos, la decisión que les ha llevado a solicitar tal permiso no ha sido apresurada, ya que casi todas han pasado por diversas experiencias y trabajo que les ha llevado a contar con la organización, el equipo e instalaciones adecuadas para poder transmitir. Sin embargo, es también en esta etapa cuando el Estado comienza a poner mayores restricciones para el otorgamiento de permisos a las instituciones de educación superior.

Y aunque la mayoría de las instituciones solicitantes son universidades públicas de provincia, destaca, como ejemplo, la experiencia impulsada por la Universidad Iberoamericana (campus Santa Fe) que a raíz de un proyecto radiofónico interno logra en 1990 y después de algunos contratiempos, ubicar sus transmisiones al aire.

En lo que respecta al Instituto Politécnico Nacional (primer instituto tecnológico de América Latina y la segunda institución de educación superior, de gran matrícula, en el Distrito Federal) tampoco se ha quedado al margen de la lucha por obtener un permiso para operar una radio educativa y cultural. Es en 1994 cuando los alumnos de la Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica (ESIME), Unidad Culhuacán, plantean a las autoridades la necesidad de obtener una frecuencia, dados los avances y experiencias logrados como radio experimental.

El proyecto de la estación del IPN "surgió... como un apoyo académico a la carrera de Ingeniería en Comunicaciones y Electrónica... Dados los recursos con que contaba en ese año, el Ingeniero Fernández Quiróz solicitó, a nombre del director administrativo de la ESIME, la reactivación del proyecto y pusieron al aire una señal de manera constante por más de una hora con equipo de los laboratorios de comunicaciones y electrónica aplicada".⁷⁸

A pesar de estos logros, se desconoce por qué en ese mismo año y con motivo de una visita del presidente de la República, Ernesto Zedillo, al Instituto Politécnico Nacional, el mandatario (de extracción politécnica) "dijo a los estudiantes de la ESIME que aun no era tiempo de que el Instituto... contara con una estación de radio profesional"⁷⁹

La aclaración del mandatario no resultó definitiva, pues dos años más tarde, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes autorizaría el incremento de la potencia de la señal, de 20 watts que originalmente tenía, a 100.

Esta actitud confusa del gobierno, aunada a la escasez de recursos y -según Alejandro Torrecillas (fundador del proyecto) - al desinterés del director del plantel, Rafael Tapia Garibay han puesto en peligro la existencia de la estación. Cabe mencionar que dentro de los requerimientos que las autoridades solicitan se pide la declaración patrimonial del equipo, la cual no puede realizarse debido a que en su mayoría este equipo fue obtenido a través de donaciones de Radio Mil, Radio Fórmula, la empresa Sahabsa, Panel Rey, BMG- Ariola y Wagner entre otras.

Actualmente, XHUPC 95.7 Radio Esime - Culhuacán destina el 35% de su programación a la difusión cultural, el 60% a la transmisión de música en inglés y el 5% a mensajes y cápsulas informativas relacionadas con el Instituto Politécnico Nacional.

⁷⁸ García Bermejo, Cármen. Periódico "El Financiero" Viernes 28 de febrero de 1997..p.62.

⁷⁹ *Idem.* p.62

Para su funcionamiento de ocho horas continuas colaboran 48 personas de diferentes instituciones, entre ellas el IPN, UNAM, UAM, Conalep y Colegio de Bachilleres.

Es preciso mencionar que en el año en que se realiza la presente investigación, Radio UNAM celebró su 60 Aniversario y en el marco de la conmemoración se llevó a cabo la Reunión Extraordinaria del *Sistema Nacional de Radioproductoras y Radiodifusoras de las Instituciones de Educación Superior*, a la cual asistieron representantes de más de veinte radiodifusoras universitarias que *"plantearon los principales problemas que tienen para consolidar sus proyectos y darle cabida a esa parte de la comunidad que no cuenta con espacios de expresión en la radio comercial"*.⁸⁰

Debido a que en esta reunión se congregaron la mayor parte de las radiodifusoras universitarias de todo el país y abordaron los aspectos y problemas particulares y comunes que han enfrentado desde su nacimiento, se retomará su desarrollo a efecto de definir la historia, situación actual y perspectivas de la radio universitaria en general.

El punto central de la reunión se centró en el siguiente cuestionamiento *¿Cuál es el quehacer fundamental de la radiodifusoras universitarias, si éstas ya no pueden limitarse a difundir las expresiones culturales, educativas o científicas de las casas de estudio, que auspician estas experiencias radiofónicas?*. Es decir se detecta que la Radio Universitaria requiere de una redefinición de sus objetivos pues las transformaciones económicas y sociales demandan innovaciones de las que las emisoras universitarias no pueden quedar al margen.

Un aspecto importante abordado en el evento es el que se refiere a las *"condiciones legislativas y restricciones presupuestarias"* que ejercen un control indirecto sobre estas emisoras: *"ese control no declarado tiende a manipular o*

⁸⁰ García Bermejo Carmen. Periódico *"El Financiero"* Lunes 16 de junio de 1997. p.86.

configurar un espacio de censura indirecta sobre el tipo de trabajo de las radios universitarias debido a sus capacidades alternativas y expresivas".⁸¹

Durante el evento se congregaron representantes de radiodifusoras de todo el país, entre ellas, Radio Universidad Autónoma de Guerrero cuyo director es Sergio Ocampo Arista, quien en su momento explicó que: *"su proyecto de universidad (sic) popular se inició en 1982 junto con las de Sinaloa, Zacatecas, Puebla y el Ayuntamiento de Juchitán"*; sin embargo los proyectos de Guerrero y Juchitán fueron suspendidos de 1985 a 88 por su contenido social.

A pesar de que actualmente la UAG cuenta con el permiso para operar con 3 mil watts de potencia, su transmisor *"apenas alcanza los mil watts cubriendo la zona centro de Guerrero"*. El equipo humano de la estación está integrado por 14 personas.

Otro aspecto trascendente observado durante la reunión fue el relativo al otorgamiento de los permisos. Se analizó el por qué la Secretaría de Comunicaciones y Transportes agiliza los trámites cuando un empresario solicita una frecuencia en el cuadrante, mientras que a las estaciones permisionarias pueden tardar 18 años para otorgar un permiso de transmisión, como es el caso de Radio Universidad Autónoma de Puebla (que como ya se dijo, en párrafos anteriores, inició sus gestiones desde 1978) o como ocurrió con la Universidad Autónoma de Chapingo, que para obtener su permiso tuvo que esperar ocho años.

Se puede señalar que el origen de este último proyecto, el de Chapingo, se remonta a los años 30 cuando *"surge un medio de expresión entre los estudiantes de la entonces Escuela Nacional de Agricultura bajo las siglas << Equis - Alfa - Beta-Gama, la voz de Chapingo desde la puerta del campo >>; una radio experimental"*.⁸²

⁸¹ *idem.*

⁸² *idem.*

No es sino hasta 1978 cuando la Dirección de Difusión Cultural de esta Institución elabora el proyecto, el cual queda suspendido en 1983. Y no es sino hasta abril de 1989 cuando sus trabajadores lo retoman, se imparte un curso de producción a cargo del Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa y " se adquiere un transmisor de 30 watts de potencia, una mezcladora y dos deck para iniciar una transmisión de programas informativos , culturales y musicales de las 22 a las 24 horas de lunes a viernes".⁸³

En la actualidad Radio Universidad Autónoma de Chapingo opera con 30 mil watts de potencia en la frecuencia 1610 de AM con las siglas oficiales de XEUACH y un alcance de 10 kilómetros radiales.

Por otro lado, es necesario resaltar que durante el desarrollo del evento mencionado, también se puso de manifiesto la actual relación entre el auditorio de las radios universitarias y los objetivos y funciones de éstas. La conclusión a la que se llegó, es que por lo general los proyectos radiofónicos universitarios no han sido planteados dentro del marco de un proyecto cultural o educativo global; y se sigue considerando como estación cultural o educativa, la que difunde música clásica o ponencias.

Felipe López Veneroni, director en 1997, de Radio UNAM y anfitrión del evento, expresó que a pesar de los 60 años que tiene la emisora de "la máxima casa de estudios" en el cuadrante, ésta "aun padece de los rezagos presupuestales, desaparición de programas y escasos recursos para la producción".⁸⁴

Como se puede observar los problemas financieros son comunes en todas las radiodifusoras universitarias, lo que lleva a muchas de ellas a disponer de trabajadores voluntarios. Tal es el caso de la Radio de la Universidad Autónoma de Aguascalientes cuyo origen se remonta también a 1978 y donde actualmente el 90 por ciento de los

⁸³ *Idem.*

⁸⁴ Periódico "El Financiero" 17 de junio de 1997. p.54.

colaboradores de la estación son voluntarios y no reciben remuneración alguna por su participación.

El representante de Radio Tamaulipas, Irineo Zamorano, cuestionó la presencia de los Sistemas Estatales de Radio a los que no se han integrado las radiodifusoras universitarias. El proyecto radiofónico de ésta institución se fundó en 1992, fecha en la cual logró obtener un transmisor y un espacio en FM con 10 mil watts de potencia.

Como se observa la Radio Universitaria vive una etapa de confirmación y redefinición de objetivos ante la carencia de propuestas verdaderamente sociales. La investigadora Alma Rosa Alva de la Selva (participante en el evento) resume: *“ las radios universitarias tienen que revisar sus proyectos para crear una radio de la sociedad para la sociedad. ”*⁸⁵

Además, revisar sus proyectos significa también encontrar nuevas formas de negociación con el gobierno y con los particulares. Se identifica un distanciamiento profundo y obvio entre los responsables de las radiodifusoras universitarias y los concesionarios particulares, sobretudo porque estos últimos han tratado siempre de tomar ventaja cuando se efectúan negociaciones; sin embargo, la radio universitaria debe encontrar las fórmulas necesarias que le permitan superar estas diferencias y negociar beneficios mutuos que le permitan superarse.

⁸⁵ *Idem.*

CAPITULO 4: EDUCACIÓN Y CULTURA A TRAVÉS DE LA TELEVISIÓN

Con frecuencia escuchamos que la televisión es uno de los inventos más significativos del siglo XX. Sin embargo, se debe aclarar que antes que surgiera la televisión existieron múltiples instrumentos y experimentos que permitieron que las imágenes pudieran ser transmitidas a distancia. Reseñar brevemente estos intentos permitirá definir claramente lo que ahora se conoce como televisión.

La televisión tal como su nombre lo indica "visión a distancia", tiene sus antecedentes inmediatos en las primeras transmisiones de imágenes, cuyos *"precedentes científicos más lejanos... fueron la transmisión telegráfica de imágenes, llevada a cabo por Bain en Inglaterra, en 1843, y por Giovanni Casselli en Francia en 1863, quien con el Pantelógrafo... consiguió enviar mensajes autógrafos y dibujos de París a Marsella"*⁸⁶

Se encuentran también los intentos del estadounidense Carey en 1875 con un complicado aparato de células de selenio, del alemán Arthur Korn quien consiguió unir París y Berlín con una línea de telefotografías, y finalmente el intento del francés Belin quien logra transmitir con su belinógrafo imágenes de actualidad para los periódicos.

Sin embargo, la televisión no derivó de la telefotografía como lo hizo el cine de la fotografía. *"Los avances en la investigación de tres ámbitos científicos diferentes hicieron posible convertir la televisión en una realidad independiente: el primero, la fotoelectricidad, o capacidad de algunos cuerpos para transformar la energía eléctrica en energía luminosa"*⁸⁷. Destacan en este campo el descubrimiento de selenio de Berzelius en 1817, la demostración de Bequerel de los efectos electroquímicos de la luz en 1839 y las comprobaciones del británico May acerca de la fotosensibilidad del selenio.

⁸⁶ Pardo Ramón y Fernando "Esto es Televisión " Edit. Salvat España 1985. p. 6.

⁸⁷ *Ibidem.* p.7

El segundo avance científico para el surgimiento de la televisión, se sustenta en los experimentos realizados en 1844 por Paul Nipkow quién logró idear un disco giratorio perforado capaz de descomponer una imagen en líneas y puntos para restituirla después en su forma original.

Los adelantos en la manipulación de los haces de electrones que permitían repetir el proceso de descomposición y restitución de los imágenes hasta veinticinco veces por segundo; y que alcanza un gran éxito con la fabricación en 1911 del primer tubo de rayos catódicos a cargo del ruso Boris Rosling; constituyen el tercer logro de la ciencia, que hace posible la televisión.

A partir de estos adelantos surgen las televisiones "mecánicas" derivadas del disco de Nipkow y las "electrónicas" del tubo de rayos catódicos de Rosling.

Siguiendo los principios de la televisión mecánica, en 1926 el británico Logie Baird (considerado por diversos autores como el iniciador de la televisión) consigue transmitir 12.5 imágenes por segundo con una definición de 30 líneas.

"Su sistema fue perfeccionado y en 1928 Baird hizo realidad el primer envió de imágenes de televisión a través del Atlántico, de Londres a Nueva York". Un año más adelante el 10 de septiembre, el mismo Baird puso en marcha la primera emisión regular de televisión desde los estudios de la B.B.C. de Londres con sólo media hora de programación.

El desarrollo de la televisión fue vertiginoso y cuatro años más tarde, Berlín, Londres y París ofrecerían, en 1935, espacios semanales. La torre Eiffel sirvió de soporte para la primera antena francesa desde donde se comenzó a transmitir televisión. En Moscú las primeras transmisiones públicas de esta tecnología se realizaron desde 1931.

El sistema basado en el sistema "mecánico" cedió el paso al iconoscópio que mejoraba la resolución hasta 405 líneas. En Estados Unidos la tremenda competencia comercial fomentó la realización de diversos procedimientos, sin embargo en este país se utilizó desde un inicio la televisión electrónica. La R.C.A instala en 1931 su antena en el edificio Empire State, el más alto de Nueva York, en ese entonces.

Francia que ya contaba con los estudios de la Rue de Grenelle, adoptó el sistema "iconoscópico" en 1936 y tuvo su momento de gloria durante la exposición Universal de 1937, de donde surge un proyecto gubernamental de instalación de televisores en lugares públicos.

El estallamiento de la II Guerra Mundial vendría a interrumpir en casi todos estos países, las transmisiones de televisión. El vuelco que dieron los países a su tecnología para aplicarla al conflicto, relegó notablemente a la televisión, a tal grado que en la década de 1940-50 *"todas las incipientes televisiones en marcha debieron desaparecer por imperativos de la segunda guerra mundial"*⁸⁸. Incluso la televisión Alemana (nación generadora del conflicto) que había hecho la primera transmisión mundial de las Olimpiadas.

Como se observa, el desarrollo de la televisión en muchos países fue sin duda mucho más rápido y menos problemático que el de la radio, de la cuál heredó su base financiera, captada a través de la transmisión de anuncios comerciales, y su base jurídica en la cuál la legislación de la radio, fue prácticamente trasladada al nuevo medio. Los acuerdos de la radio con agencias, periódicos y servicios cablegráficos se hicieron extensivos a la televisión.

Además la tecnología que hizo posible la televisión se desarrolla muy rápidamente. *"Existía una adecuada tecnología de cable coaxial y sólo hizo falta construir las instalaciones"*⁸⁹

⁸⁸ *Ibidem* p.10.

⁸⁹ De Fleur Op. Cit. p. 133 y 134

Aunque la tecnología de la televisión se había desarrollado en el decenio comprendido entre 1920 y 1930 no fue sino hasta finalizar la Segunda Guerra Mundial, cuando este nuevo medio observó un gran desarrollo.

Desde 1939 se hacían transmisiones limitadas de T.V en Estados Unidos. Con motivo de la Feria Mundial de ese mismo año, se hicieron demostraciones de esta "última maravilla de la ciencia". En ese foro el presidente Roosevelt pronunció un discurso a través de este novedoso medio de comunicación.

El establecimiento de la guerra interrumpe este desarrollo, sin embargo, al finalizar ésta se daría un gran impulso a este medio; sobre todo al progresar las técnicas electrónicas para la producción de receptores y al entrar el país (U.S.A.) en un periodo de crecimiento del poder adquisitivo del norteamericano.

En muchos países europeos y en Estados Unidos, el Estado contrariamente a lo que hizo con la radio, *"adoptó un papel más activo para controlar las frecuencias con que transmitía"*.

Una de las ventajas de las ondas de televisión es que éstas no seguían la curvatura de la tierra como las de la radio, lo cual permitía que dos estaciones que transmitían en un mismo canal no interfirieran entre sí, si hay suficiente distancia entre ellas.

"Las solicitudes de permisos crecieron rápidamente y el gobierno tuvo que suspender estos debido a que la banda VHF (muy alta frecuencia) se encontraba saturada por contener únicamente 13 canales y los sistemas que rivalizaban por los permisos fueron asignados a la banda UHF (ultrafrecuencia). Sin embargo la venta de receptores no se detuvo. El status que suponía el contar con un receptor de televisión fue uno de los principales motivos para evitar la disminución de ventas de televisores. Y no sólo no disminuyó sino que aumentó considerablemente. En países como Estados

Unidos, en 1960 los datos estadísticos muestran que había un televisor por cada hogar”⁹⁰.

El desarrollo de la Televisión fue descomunal y no tuvo ningún problema jurídico o financiero, el medio garantizaba una difusión masiva de mensajes audiovisuales, lo cual significaba una revolución total en la percepción humana. La revolución de la televisión se encuentra aún en etapa de desarrollo y todavía no se sabe cuales serán sus consecuencias.

4.1 La Televisión en México.

El surgimiento de la televisión en México se remonta a la primera mitad del siglo XX. Ya desde 1947 por encargo del Lic. Miguel Alemán, presidente de México, el escritor e intelectual mexicano Salvador Novo fue comisionado, junto con el Ing. Guillermo González Camarena, para *“observar y estudiar la televisión - en Estados Unidos e Inglaterra - con la mira de allegar argumentos imparciales y objetivos a propósito de si cuando ella adviniera a México debería ser comercial y de empresa privada como en Estados Unidos o de Estado, como en Europa”*⁹¹

Sin embargo y a pesar de las razones esgrimidas por Novo para que el Estado optara por el régimen de control de televisión Europeo, debido a *“el efecto sin duda enorme que alcanzará este nuevo medio de penetración de las conciencias”*, el propio Novo señala que en México *“el gobierno optó por dejarla en manos de la iniciativa privada”*⁹².

⁹⁰ *Ibidem* P.136.

⁹¹ Granados Chapa, Miguel Ángel. *“Cien años de Revolución Social en México”*. Edit. Fondo de Cultura Económica. México. 1981. P.39.

⁹² *Ibidem*. P. 40.

De la misma forma que en Estados Unidos, en México el gobierno cedió (aún conociendo la importancia de la televisión para la sociedad) la operación de este medio a la iniciativa privada.

Para el año de 1950 inicia sus transmisiones la primera estación televisora de la República Mexicana con las siglas XHTV, Canal 4, bajo el nombre de Televisión de México, propiedad de Rómulo O'Farril. En ese mismo año también inicia sus labores XEWTV, Canal 2, de Emilio Azcárraga Vidaurreta. En 1952, XHGC Canal 5, aparece en el aire después de los exitosos estudios realizados por su propietario, el ingeniero González Camarena, a quién posteriormente se le adjudicará la invención de un sistema de televisión a color. Estos tres concesionarios forman en 1955 el consorcio Telesistema Mexicano para administrar y operar conjuntamente las emisoras.

El periódico Excelsior publicó en ese año la siguiente nota:

*"Mando único en la Televisión".- México, D.F., 24 de marzo. Una nueva empresa privada denominada Telesistema decidirá y regulará el funcionamiento de la televisión mexicana, su imagen cubrirá la tercera parte del territorio nacional en los próximos doce meses y será dirigida por un consejo integrado por Emilio Azcárraga (canal 2), Rómulo O'Farril (canal 4) y Guillermo González Camarena (canal 5), se informó ayer extraoficialmente".*⁹³

La relación de estos primeros consorcios con las empresas industriales, comerciales y publicitarias del país fue por demás fructífera en una etapa de conmoción mundial; cuando la producción a gran escala requería de medios masivos que pudieran aumentar la venta de sus productos.

Manuel Corral señala que *"fueron principalmente las empresas publicitarias e industriales quienes impulsaron... el desarrollo de la televisión en México... justo en un*

⁹³ Periódico *Excelsior* 24 de marzo de 1955, en *"Crónica"* Publicación especial del IMSS, México 1986, p.8

momento de relativa incertidumbre política y en la etapa en que se impulsaba en Estados Unidos las Investigaciones sobre Comunicación”⁹⁴

Además de este vínculo económico televisión-empresas, durante un periodo de diez años estos consorcios televisivos privados manejaron el medio a su antojo, teniendo como únicas normas (y como ya se ha mencionado en el apartado de legislación) algunas *“disposiciones aplicadas exclusivamente a la radio (en la Ley de Vías Generales de Comunicación) o por el decreto que fija las normas a que se sujetaran en su instalación y funcionamiento... y que contiene sólo estipulaciones técnicas”⁹⁵*.

En 1958, cuando el Estado en busca del terreno perdido intenta entrar en el manejo de la televisión, se inician las transmisiones de XEIPN Canal 11, a cargo del Instituto Politécnico Nacional, con programación preparada por la Secretaría de Educación Pública. La intención era crear un canal “cultural y educativo”, sin embargo, las condiciones en que se ha desarrollado esta televisora son muy limitadas en comparación con las grandes inversiones de la televisión comercial. Para efecto del presente estudio se retomará el desarrollo de canal once en el siguiente apartado.

En 1967 se introduce en México la televisión a colores y no fue sino hasta 1968 cuando el panorama monopólico de Telesistema Mexicano empezó -tan sólo en apariencia- a romperse. Es en este año cuando se autorizan dos concesiones independientes más: una para la frecuencia XHTM del canal 8 y otra para XHDF del canal 13. El primero, propiedad de Televisión Independiente de México, parte del poderoso grupo Monterrey y, el segundo fundado por Francisco Aguirre Jiménez, que en 1972 pasa a manos del gobierno, a través de la Sociedad Mexicana de Crédito Industrial (SOMEX).

⁹⁴ Algunas de las primeras empresas que patrocinaron este medio fueron: la RCA-Victor Mexicana, el Palacio de Hierro, relojes Omega y Sainas y Rocha Alameda. Corral, Manuel. *Op. Cit.*

⁹⁵ Granados Chapa, Miguel Ángel. *Op. Cit.* P. 41.

Esta decisión del gobierno de participar en el terreno de la televisión y su aparente endurecimiento con los medios (provocado por las transformaciones legales en materia de impuestos) generó a su vez que en ese mismo año el canal 8 fuera absorbido por Telesistema Mexicano conformando un "monopolio" más amplio que fue bautizado con el nombre de Televisa (Televisión Vía Satélite)⁸⁶.

A partir de la fusión de canal 8, Televisa estableció una política de marginación contra este canal, la cual dio como resultado un hecho inusitado dentro de la televisión mexicana, este fue la decisión de transformarlo en canal cultural. Lejos de lo *sui generis* de esta acción es claro que los principales motivos de este cambio fueron: las pugnas internas entre los accionistas, las presiones del gobierno por participar en el medio y la necesidad de adecuarse a las necesidades del contexto.

Para 1983, el Estado crea el Instituto Mexicano de la Televisión, que en 1985 dio origen a "*Imevisión*" el cual consideraba el propósito de extender las frecuencias y concesiones que hasta esas fechas mantenía el gobierno; esto fue apoyado con la creación de la XEIMT Canal 7 que en conjunto, con el Canal 13, el 22, el 8 de Monterrey y el 2 de Chihuahua formarían para ese año. las frecuencias de la red dependiente del gobierno.

En 1986, Canal 8 tiene que trasladarse, por cuestiones técnicas, a la frecuencia XEQTV, Canal 9 propiedad también de Televisa. Con esto, el consorcio de Azcárraga, O'Farril y Alemán consolida su poderío televisivo con cuatro frecuencias.

Posteriormente y como consecuencia de la poca capacidad técnica y administrativa, el gobierno decide deshacerse de los canales 7 y 13 y los remata en subasta a la iniciativa privada. "*Debido a los cambios que se avecinan, la televisora estatal cambia su denominación social y, para fines legales, a partir de 1993 se hace llamar Televisión Azteca*"⁸⁷. El grupo Radiotelevisora del Centro, encabezado por

⁸⁶ Legalmente la fusión de los canales 2,4,5 y 8, no constituía un monopolio pues las concesiones pertenecían por separado a las empresas que las solicitaron.

⁸⁷ Gutiérrez Glez., Mónica. et al. "*Manual de Producción para T.V.*" Edit. Trillas. México. 1997. p.27.

Ricardo Salinas Pliego, propietarios de la cadena de tiendas Elektra logra la adquisición de los canales y rompe definitivamente con el monopolio privado televisivo en 1993. La resolución fue dada el 18 de junio, por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

También a principios de la década de los 90, comienzan las transmisiones en la banda abierta de ultra-alta frecuencia (UHF). Ubicadas en ésta, inicia el canal 22 de Televisión Metropolitana de México, propiedad del Estado cuyos propósitos son de índole cultural; además del canal 40, de naturaleza privada, que en sus inicios es dirigida a la transmisión de noticias con la reproducción de las señales que proporciona Tele-Noticias Internacional, y que es propiedad de la empresa Corporación Nacional de Información(CNI).

Así, la televisión abierta queda constituida para 1998 de esta manera:

Televisa:

XEWTV Canal 2

XHTV Canal 4

XHGC Canal 5

XEQTV Canal 9

Televisión Azteca:

XHDF Canal 13

XEIMT Canal 7

Instituto Politécnico Nacional

XEIPN Canal 11

Gubernamental:

XHTM Canal 22

Corporación Nacional de Información:

XHTVM Canal 40

4.2. La Televisión Educativa en México

A diferencia de la radio en donde los programas educativos casi no existen, en la televisión mexicana se han presentado algunas experiencias notables.

Los primeros proyectos de Televisión Educativa en México se presentan en 1965 como resultado favorable de la promulgación, en 1960, de la Ley Federal de Radio y Televisión.

En este documento, el Estado no sólo había logrado imponer a los concesionarios, diversas facultades regulatorias sobre el contenido de la programación; sino también, tres posibilidades para emplear tiempos de transmisión en función de sus propios intereses.

Estos tiempos derivaban de los artículos 59, 61, 60 y 62 de la Ley e implicaban obligaciones para todas las estaciones de radio y televisión. Una de ellas, se refiere por ejemplo, a la obligación de encadenarse cuando se trate de transmisiones que impliquen: *"información de trascendencia para la nación"*; la otra, hace alusión a la necesidad de asegurar para el Estado transmisiones gratuitas y de preferencia *"de boletines que se relacionen con la seguridad o defensa del territorio nacional"*.

Pero el espacio más importante que fue ganado por el Estado para la educación, fue el que deriva del artículo 59, en donde se señala que: *"las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias con duración de hasta treinta minutos, continuos o discontinuos, dedicados a temas educativos, culturales y de orientación social"*.

Esta disposición fue la que permitió al Estado instrumentar, en 1965, la serie *"Yo puedo Hacerlo"* que era un curso de alfabetización transmitido por circuito cerrado y que consistió en 82 programas de 27 minutos cada uno.

Este Modelo Experimental, encargado a la Secretaría de Educación Pública, fue evaluado por una empresa privada que detectó que una de cada tres personas que iniciaron el curso, lo terminaron y que todos aquellos que lograron finalizarlo fueron alfabetizados. Con este éxito, un año después inician las transmisiones por televisión abierta a través de 9 emisoras.

Los logros incipientes provocaron que tres años más tarde se estableciera la que habría de llamarse Telesecundaria a la cual la SEP le otorgó en ese mismo año reconocimiento de validez oficial. El primer curso se transmitió por circuito abierto y logró reunir a 6569 alumnos inscritos en 304 teleaulas y a poco más de 4 mil libras.

Las transmisiones se realizaron a través del *"Canal 5 del entonces Telesistema Mexicano y del Canal 6 estación repetidora de Las Lajas, Veracruz, cuya señal abarca seis estados de la República Mexicana"*.⁹⁸

En la calle de Donceles fueron instaladas las primeras teleaulas y se eligieron a los 100 mejores maestros de Secundaria del país, los cuales participaron en cuatro grupos piloto.

En ese mismo año la SEP publicó el acuerdo a través del cual quedaba *"incluida dentro del Sistema Educativo Nacional, la Secundaria por Televisión"*. Este acuerdo fue ratificado en 1973, con otro similar, que considerando los logros obtenidos, demandaba la consolidación del proyecto de servicio educativo, así como su mejoramiento académico y administrativo.

En 1969 se extendió Telesecundaria a provincia, solicitando a los gobiernos locales y a la iniciativa privada de cada entidad, que les pagaran a los maestros y la SEP otorgaría las videocintas. En esta etapa lograron sumarse más de 49,000 alumnos en el D.F. y en siete entidades del país; a las nueve emisoras originales se agregaron otras 6, quedando en total 15 emisoras de Telesecundaria.

⁹⁸ García Cortés, Eugenia. En *Revista Mexicana de Comunicación*. Año X, N° 54. México May/Jun. 1998, p.26.

Actualmente el éxito del proyecto de Telesecundaria es evidente y esta considerado como el "sistema de educación curricular por televisión más extenso del planeta". En 30 años, su matrícula aumento más del 100 por ciento con casi 759 mil inscritos en el periodo escolar 1996 - 97 en más de 100 mil teleescuelas del país.

Hoy en día, Telesecundaria se transmite simultáneamente por dos vías: por el canal 9 de Televisa, dentro de tiempos oficiales, para la Ciudad de México; por la señal digital comprimida del Canal 11 del Sistema Satelital Edusat, que alcanza no sólo el resto del país sino también a Centroamérica.

Desde 1982, la Unidad de Telesecundaria (UTS) planifica, diseña y evalúa el Programa Académico y la Unidad de Televisión Educativa (UTE) -ambas de la Secretaría de Educación Pública - realiza la producción y transmisión de los programas.

El modelo original de Telesecundaria ha sufrido diversas modificaciones de orden estructural y en el tratamiento audiovisual . Se han desarrollado diversas modalidades como secundaria intensiva de verano, para adultos, educación preescolar, teleprimaria, bachillerato tecnológico, educación indígena , capacitación y actualización para docentes de todo el territorio nacional.

Desde 1997 con el cambio de huella y patrón de alcance del Sistema Satelital Edusat, la Telesecundaria llega ahora al Sur de Estados Unidos y al Norte de Sudamérica.

4.3. La Televisión Cultural en México.

En lo que se refiere a la Televisión Cultural en México, se han presentado diversos proyectos interesantes cuyo éxito no ha sido totalmente evaluado, tal es el caso de canales como el 11, el 22 y el 40 de la televisión abierta y productoras como TV

UNAM, ILCE (Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa) y UTE (Unidad de Televisión Educativa de la SEP) que, a pesar de no contar con canal propio, sus producciones se difunden por canales comerciales o bien a través del aprovechamiento de los satélites disponibles.

Un proyecto interesante, fue el cambio temporal que sufrió el canal 9 de Televisa - que anteriormente era de entretenimiento - a cultural. Y lejos de atinar a alguna de las hipótesis que se manejan con respecto a este cambio, es factible asegurar que si un canal comercial privado se propone transmitir cultura y educación por televisión, lo puede hacer sin disminuir notablemente sus ganancias.

También se encuentran los incipientes proyectos generados por las Escuelas de Periodismo y Comunicación de diversas Instituciones de Educación Superior, tanto públicas como privadas, que al ir mejorando en sus instalaciones han comenzado a influir cada vez más en la radiodifusión educativa y cultural.

Como puede observarse, el panorama de la televisión cultural en México, tiende a ensancharse y aún a pesar de proyectos valiosos, como el de Telesecundaria, no se distingue claramente, como en la radio, una línea que divida lo que es televisión cultural de la universitaria, educativa o regional, ya que al considerarse un canal como cultural, inmediatamente se le identifica como universitario o educativo. La programación refuerza esta apreciación, pues en todos estos canales se transmiten programas cuyo contenido corresponde a estos modelos, aun siendo muy distinto.

El origen de esta situación proviene del tiempo fiscal (12.5%) determinado por las leyes para uso exclusivo del gobierno y de las demandas de algunos grupos de intelectuales que, con mayor o menor fortuna, han logrado espacios para promover una programación cultural. También, una característica común de todos estos canales es que, hasta hace poco tiempo, ninguno de ellos podía vender espacios publicitarios, lo cual dificultaba el mejoramiento en la calidad de sus producciones.

Y aunque no se ha presentado un cambio sustancial, en la actualidad México cuenta con un mayor número de canales culturales que tienden a crecer y mejorar sus programas.

4.3.1. Canal 22

Originalmente el Canal 22 de la ciudad de México ubicado en la banda de Ultra Alta Frecuencia (UHF), formó parte de Sistema Imevisión propiedad del gobierno desde 1985. Sin embargo, debido a los problemas financieros de esta dependencia, la Secretaría de Gobernación, que era el órgano encargado de controlarla, decidió en 1990 desincorporar y subastar los canales que le pertenecían, incluyendo el 22.

Viendo este suceso como una oportunidad poco común y ante la reiterada intrascendencia de los medios comerciales, *"más de 800 intelectuales, científicos y gente de los medios firman un desplegado dirigido al presidente Salinas de Gortari en donde solicitan la permanencia de Canal 22 como un canal con programación cultural"*.⁹⁹

La solicitud es aceptada y en febrero de 1991 el gobierno gira instrucciones para la constitución de un Consejo de Planeación cuya función sería la de realizar proyectos para el Canal 22. Después de múltiples reuniones, se designa a José María Pérez Gay como director del Canal y se establecen los siguientes objetivos: *"resaltar nuestras tradiciones, darles voz a ciertos intelectuales (sic) y a grupos de la provincia, y ser un canal cultural"*.¹⁰⁰

Las transmisiones de Canal 22 -bajo esta nueva perspectiva- comenzarían desde 1992 pero debido a la falta de apoyo económico y a bloqueos de Televisa, a quien no convenía la aparición del Canal, su primera transmisión se realiza en 1993.

⁹⁹ Gutiérrez Glez., Mónica *"Manual de ..."* Op Cit. p.30.

¹⁰⁰ *Idem*. La cita es textual tomada de: Gómez Mont, Carmen. *"El Desafío de los Nuevos Medios de Comunicación"* Edit. Diana y AMIC, México, 1992. p. 42.

Según un folleto emitido por el mismo Canal, su objetivo era: *"ofrecer al público televidente mexicano la gran cultura universal de forma ágil y amena (...) se pretende presentar al teleauditorio una carta de programación que, en forma amena refleje la abundante y variada oferta de la televisión contemporánea en aquellos temas que son trascendentes e ilustrativos"*¹⁰¹

Se puede observar no sólo la diferencia en los dos objetivos establecidos, sino también la ausencia, en el segundo, del carácter eminentemente cultural con que se vanagloriaban en el primero. Actualmente Canal 22 está compuesto por series mexicanas y extranjeras, principalmente de Canadá, Francia, Inglaterra, Alemania y España. En lo que se refiere a su escasa producción destacan programas como "Nueve Treinta: Noticiero Cultural", "Espacio 22: Vida y Cultura de Nuestra Ciudad" conducido por Rita Abreu y el programa "Índice". Además Canal 22 se caracteriza por abrir espacios a la Secretaría de Educación Pública, el Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa y a TV UNAM quienes en forma conjunta transmiten programas educativos por el sistema Edusat.

Los bloques programáticos de Canal 22, están divididos de la siguiente manera: documentales, series de ficción, películas, video, cortometraje, animación y experimentales, informativos y de opinión, musicales e infantiles.

Aunque Canal 22 está patrocinado por el Gobierno Federal, tiene las facultades necesarias para obtener recursos financieros adicionales a través de la comercialización de tiempo en pantalla y a la venta/renta de materiales, instalaciones y servicios.

Su cobertura abarca el área metropolitana de la ciudad de México D.F. a través de la banda UHF. Llega a provincia a través de cable o de los convenios existentes con otras televisoras regionales que difunden sus series. Encontramos así: Tlaxcala

¹⁰¹ *Idem.*

(Canales 12 y 15), Colima (Canal 12), TV Mexiquense (Canal 7), Aguascalientes (Canal 6), Guanajuato (Canal 4), Campeche (Canal 4) y Mérida (Canal 13) entre otros.

4.4 La Televisión Universitaria en México.

Cuando se habla de Televisión Universitaria se hace referencia a las tres funciones primordiales que debiera tener toda Universidad, las cuales son: docencia, investigación y difusión de la cultura. En México se han dado grandes pasos en este sentido, pues prácticamente desde que la televisión llegó al país fue aprovechada por las Universidades.

En este largo camino se han enfrentado innumerables limitaciones; sin embargo, se han ido marcando huellas imborrables y sobretodo un ejercicio y una presencia de muchos años, que sin duda, contribuyen a la formación y fortalecimiento de la comunicación educativa en el país. A continuación se presentan las experiencias más significativas en este terreno.

4.4.1 TV UNAM

Hablar de TV UNAM, es hablar de un gran cúmulo de experiencias en materia de televisión educativa y cultural universitaria. Es hablar de grandes logros, innumerables gestiones y arduos problemas con la intención de sostener en pie y dar vigencia a la idea de una televisora educativa y cultural de los universitarios para la sociedad.

No obstante, después de más de 45 años de existencia y de la indudable calidad de muchos de sus programas, la televisora de la Universidad Nacional Autónoma de México no ha podido obtener el permiso gubernamental que le permita operar un canal propio de televisión abierta.

La historia de TV UNAM se inicia al mismo tiempo en que aparece formalmente la televisión en México en los años cincuenta. El interés de las autoridades de esta institución, por hacer uso de este medio de comunicación como recurso para apoyar la docencia y difundir la cultura, se manifestó muy tempranamente.

Los primeros pasos se dieron semanas después de la presentación - en el Hospital Central Militar y en el Juárez de la ciudad de México - de un novedoso sistema de transmisión de televisión denominado Video Médico. Entusiasmados por el sistema "la autoridad de Bienes Nacionales y el rector de la UNAM (Luis Garrido) convinieron en dotar a la facultad de Medicina con un moderno equipo de televisión que permitiera impartir enseñanza audiovisual, simultáneamente, a más de 500 estudiantes".¹⁰²

El encargado de diseñar e instalar el equipo fue el conocido Ing. Guillermo González Camarena, con el apoyo económico de la Secretaría de Salubridad y 50 laboratorios químico-farmacéuticos. De forma tal que "El 11 de octubre de 1951 tuvieron lugar las primeras transmisiones con el equipo adquirido por la UNAM en el Hospital Juárez. (...)Es importante destacar que estas instalaciones de la Facultad de Medicina fueron las primeras en transmitir a color, de manera regular, en nuestro país".¹⁰³

Posteriormente durante la inauguración de las instalaciones, el 14 de mayo de 1952 por parte del Lic. Miguel Alemán Valdéz; presidente de la República, el doctor José Negrete catedrático de medicina manifestaba la sobrevaloración que en aquel tiempo se daba a los medios audiovisuales y en especial a la televisión: "Este sistema - señaló el Doctor Negrete - va a revolucionar los planes de estudio. Ahora serán teórico - prácticos. Después de esta instalación, evidentemente tendrá que surgir la selección de maestros, ya que un catedrático podrá tener bajo su responsabilidad la enseñanza de medio millar de discípulos".¹⁰⁴

¹⁰² Acosta, Magdalena y Dávalos Federico. "Televisión Universitaria (La UNAM y la TV: 1950-1984)" Cuadernos de Comunicación Número 3 Tomo I FCPyS UNAM, México 1986.p.11.

¹⁰³ *Idem.*

¹⁰⁴ *Ibidem.* p.12.

Estas primeras instalaciones funcionaron por más de tres años, hasta que la Escuela Nacional de Medicina fue trasladada a Ciudad Universitaria y, aunque el equipo utilizado desapareció, las autoridades no tardaron mucho en solicitar la instalación de nuevos equipos para la nueva Facultad de Medicina ubicada ya en Ciudad Universitaria.

En forma paralela a la creación este circuito cerrado de televisión en la Facultad de Medicina, la posibilidad de contar con un canal propio de televisión abierta, no escapó a la atención de los universitarios. Desde estos años se estableció una intensa lucha por obtener el canal, en la cual han estado involucradas las más altas autoridades de la UNAM, incluyendo a algunos rectores y funcionarios del más alto nivel.

En el estudio realizado por Magdalena Acosta y Federico Dávalos se señala que, aunque no existen muchos documentos que respalden la afirmación del párrafo anterior, *"hay numerosos testimonios de personas involucradas en las primeras gestiones que se realizaron entre los años 1951 y 1953."*¹⁰⁵

Tal es el caso de un documento presentado por Raúl Cosío Villegas, al rector de la UNAM, en 1966 en donde se señala que el Dr. Luis Garrido le informa de las gestiones que realizaba ante el Secretario de Comunicaciones, de entonces, para reservar un canal de televisión para la Universidad. El Secretario en cuestión, pidió al Lic. Garrido presentar la solicitud oficial y una fianza para garantizar el interés de la institución. La solicitud fue preparada y la fianza fue depositada, tal y como se solicitó.

Inmediatamente el Lic. Garrido mando a elaborar un presupuesto a la General Electric para montar un canal de televisión de la Universidad. Este presupuesto alcanzaba la suma de un millón o un millón y medio de pesos. Estas gestiones continuaron durante toda la década, sobretudo en las postrimerias, cuando se comienza a escuchar la posibilidad de que el Instituto Politécnico Nacional obtuviera el canal 11 de televisión.

¹⁰⁵ *Ibidem*. p.13.

No obstante los esfuerzos, la estación no se pudo obtener. Sin embargo, y aún a pesar de lo indefinido de la situación, la Universidad ya había producido desde 1955 los primeros programas que salieron al aire, a través de un convenio con la televisión privada, específicamente con Telesistema Mexicano por los canales 2, 4 y 5 alternadamente.

Miguel Ángel Granados Chapa señala con respecto a esta etapa de TV UNAM: *"carente de su propio canal, y de una definición ideológica que le llevara a reparar en la gravedad de vincularse sin más a la televisión privada que persigue fines diametralmente opuestos a los suyos, la UNAM ha entrado de lleno en la producción televisiva, en el proyecto "Divulgación de Tópicos y Temas Universitarios."*¹⁰⁶

Cabe señalar que el Señor Rómulo O'Farril dueño de canal 4 y Emilio Azcárraga del canal 2, propusieron cada uno por su parte y en diversas ocasiones, montar y echar a andar la estación de la Universidad; sólo que, bajo condiciones desventajosas, ya que ambos pedían a cambio, la mayor parte del tiempo de transmisión, dejando a la "máxima casa de estudios" la mínima parte. Esta y otras propuestas similares fueron rechazadas en varias ocasiones por la Universidad. mientras tanto TV UNAM continuó produciendo programas.

Uno de los primeros programas que se transmitieron por TV UNAM fue el llamado *"Información Profesional"*, cuyo objetivo era *"dar a conocer con la mayor amplitud posible los aspectos más sobresalientes y peculiares de las distintas carreras..."*¹⁰⁷

Al hacerse cargo del Servicio de Radiodifusión de la UNAM, el Sr. Pedro Rojas se dio también un fuerte impulso de la televisión universitaria. Se consiguieron por ejemplo, más horas de transmisión en *Televisión Centro* (Centro de Producción de Telesistema Mexicano) hasta sumar cuatro medias horas semanales.

¹⁰⁶ Granados Chapa, M. Angel. *"Examen de la ..."* Op. Cit. p.88.

¹⁰⁷ Acosta y Dávalos, F. Op. Cit. p.19.

Para poder elaborar estos programas se contrató al personal que debía producir y conducir los programas. En 1960 salió al aire la primera serie universitaria de televisión llamada "*Orientación Vocacional y Profesional*" que se encargó de brindar información "*amplia de las posibilidades de estudio que la Universidad ofrece, así como un primer examen abierto de los problemas más particulares que el estudiantado enfrenta en la elección de carrera o especialidad.*"¹⁰⁸ La serie era coordinada por Carlos Illescas y conducida por Emanuel Carballo y Jorge Derbéz, además participaron los directores de distintas facultades e institutos de la UNAM.

En este año, también salió al aire, por canal 4, el programa llamado "*Publicaciones Universitarias*" en donde participaron los profesores Carlos Bosch, Rafael Moreno y José Luis González. De la misma manera se dio inicio a una serie de gran formato y producción llamada "*Teatro Universitario*". En esta, se hicieron adaptaciones de obras mexicanas y extranjeras como "*Miserias del Tercer Reich*" de Bertold Brecht, "*Las Vacas Flacas*" de Hector Azar, "*La Mordida*" de León Felipe y muchas otras.

Otro programa interesante realizado en esta época fue "*El Cine en la Cultura*" tercera serie producida por la UNAM con la participación de Nancy Cárdenas, Eduardo Lizalde y Manuel González Casanova. Todos estos "*Eran programas esencialmente de crítica cinematográfica, basados en charlas y comentarios de los tres conductores.*"¹⁰⁹

Se produjeron también otros programas como "*Problemas de la Juventud*" que era un curso sobre psicología, destinado a profesionales y universitarios. También uno llamado "*Semblanzas de México*". En total fueron seis series las que llegó a transmitir el pequeño Departamento de Televisión de Radio Universidad en 1960, dando un total de dos horas de programación durante casi todo el año.

¹⁰⁸ *Ibidem* p.24

¹⁰⁹ *Ibidem*. p.26.

Desgraciadamente estos programas son irrecuperables, debido a que se producían en vivo y en ese tiempo todavía no se adquiría la tecnología necesaria para grabar en video.

Durante el periodo del rector Ignacio Chávez (1961-66) los medios audiovisuales incluyendo a la televisión tuvieron un gran auge en la UNAM, sobretodo porque se pensaba que éstos constituían una opción adecuada para solucionar el problema de la explosión de la matrícula escolar.

Desafortunadamente este auge de los *“modernos medios de comunicación irrumpió - tardíamente- en los planes de estudio de la licenciatura de periodismo que se impartía en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.”*¹¹⁰ Este hecho probablemente explique el por qué los alumnos o profesores de comunicación de la Institución no colaboraron en TV UNAM desde sus inicios. Y, además, pudiera ser también la explicación de por qué todavía, en la actualidad, siguen sin tener una participación definitiva; teniéndose que conformar con sus instalaciones construidas en los años setenta en su propia facultad.

En este periodo de los sesenta se reavivó nuevamente el interés por hacer efectivo el permiso para emitir por canal abierto. El gobierno manifestaba su *aparente* disposición de la siguiente manera: *“la capital contaba con dos emisoras culturales: canal #11, asignado al Instituto Politécnico Nacional, en funciones desde 1959; y el #13, que está reservado desde hace tiempo a la Universidad (...), la que podría establecer su estación en el momento en que lo estime conveniente.”*¹¹¹

Al igual que su antecesor, el Doctor Chávez buscó diversas opciones para montar el canal, entre las que se incluían un nuevo subarrendamiento con el Sr. Rómulo O’Farril y el empréstito con bancos extranjeros . *“Sin embargo, al llegar la*

¹¹⁰ *Ibidem.* p.31.

¹¹¹ *Ibidem.* p.32.

*Universidad hasta este punto, las situación (de disponibilidad del gobierno) habla cambiado y el canal universitario no se pudo concretar.*¹¹²

Los infructuosos esfuerzos del Doctor Chávez no fueron los últimos, sus sucesores (Dr. Pablo González Casanova, Ing. Javier Barros Sierra, Dr. Octavio Rivero Serrano, , etc.) insistirían en repetidas ocasiones con idénticos resultados.

Lo acontecido muestra que el gobierno ha sido siempre poco sensible a las demandas de la Universidad y, aún con todas las justificaciones pertinentes y las facultades e instalaciones adecuadas para otorgarlo, ha preferido favorecer en todo momento, a los concesionarios privados.

La UNAM por su parte no ha podido establecer los mecanismos adecuados para convencer a las autoridades gubernamentales, de la importancia y conveniencia de contar con un canal propio universitario. Los motivos son diversos y entre los más importantes se encuentran los siguientes:

1. Exceso de dependencias encargadas de regular, normar, operar y evaluar las producciones y transmisiones de televisión de la UNAM, lo cual ha generado en diversos momentos, la multiplicación y entorpecimiento de funciones. Se detecta en muchos momentos una organización que se apega más a criterios políticos, que educativos o culturales.
2. Acuerdos indebidos de transmisión con empresas estatales (canal 13 y 11) y, sobretodo, privadas (Televisa), de espaldas a la comunidad universitaria, lo cual ha generado que el gobierno y la propia comunidad universitaria desconfíen de la capacidad de la UNAM para operar su propia televisora, además de otras críticas de instancias como el Consejo Universitario o los Sindicatos de trabajadores de la institución.

¹¹² *Idem.*

3. Ausencia de un eje o política rectora de comunicación social y de criterios generalizados de política cultural de "la máxima casa de estudios".
4. Cerrazón o desinterés de las autoridades universitarias para buscar hasta antes de 1992, otras posibilidades de transmisión, como televisión por cable o vía satélite, sobretodo considerando que en la UNAM se desarrollan proyectos de alta tecnología que le permitiría, incluso, ser pionera y ocupar un lugar privilegiado entre los medios de comunicación en México.¹¹³

Es notable como durante más de 35 años y a pesar de estos problemas, la UNAM no ha dejado de producir programas de orden educativo, cultural y de difusión de sus actividades. En la producción de los mismos no se ha notado un divorcio entre la T.V. de entretenimiento y la educativa y cultural y, además, se distingue siempre un claro esfuerzo por mejorar la calidad "haciendo más con menos".

Otro aspecto importante de la historia de T.V. UNAM es la proliferación, en los años setenta, de áreas de medios audiovisuales que en determinado momento se plantearon apoyar la enseñanza y que, de una forma u otra, establecieron relación con la televisión de la universidad.

Ya desde 1969 se había creado el centro DIDACTA de la Facultad de Química que, en 1979, se convertiría en el CUPRA (Centro Universitario de Producción de Recursos Audiovisuales) cuyo principal objetivo estaba encaminado a coordinar y normalizar la producción audiovisual de la UNAM, que había crecido en casi todas las facultades, departamentos y centros de investigación y que, concentraban recursos y materiales redundantes o poco significativos.

En forma paralela destaca la construcción de los estudios de radio y televisión de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, de la ENEP Aragón y de la ENEP Acatlán. Con la construcción de estas instalaciones, aparentemente se presentaba la

¹¹³ Estas son algunas deducciones personales que resultan de las visitas y entrevistas a personal de TV UNAM quien accedió a dar información administrativa de la televisora.

oportunidad para que los egresados de la carrera de comunicación de diversos planteles, incursionaran en el campo de la televisión.

Con respecto a este punto, es oportuno mencionar que en ninguna de las fuentes consultadas se hace referencia a la participación de los egresados de comunicación en los proyectos señalados (DIDACTA, CUPRA o en la misma TV UNAM). Se tienen referencias informales de que algunos estudiantes o egresados participaban con frecuencia; sin embargo, se detecta la omisión de un Plan o Proyecto para integrarlos sistemáticamente. Durante mucho tiempo TV UNAM ha trabajado sin comunicadores formados en sus propias aulas de comunicación, los directores, productores y funcionarios, generalmente, abogados, economistas o médicos, provienen de la iniciativa privada o del gobierno.

Los estudiantes de la carrera de comunicación de la UNAM han tenido que conformarse, en el mejor de los casos, con las instalaciones que les presta -por que no son exclusivas de la carrera- la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

En 1985, durante el periodo del Doctor Jorge Carpizo, el CUPRA se fusiona con la Dirección de Divulgación Universitaria, dependencia que había sido la encargada de producir programas junto con Televisa. Así nace la Dirección General de Televisión Universitaria, al iniciar su gestión el Dr. José Sarukhan Kermez, en 1989, quién a su vez desaparecería a la Coordinación de Comunicación Universitaria, de la que hasta entonces habían dependido Radio y T.V. UNAM, las cuales pasarían a formar parte de la Coordinación de Difusión Cultural, instancia que permitió definirse como un organismo dedicado a cumplir con la tercera función sustantiva de la universidad: la difusión del conocimiento y la cultura.

En 1990, se definió que TV UNAM sería una televisión con la intención de *"vincular a la comunidad universitaria, entre sí, y a la Universidad con la comunidad nacional a través de la producción difusión y distribución de programas televisivos de carácter cultural, científico, informativo y de servicio a la comunidad que constituyan un*

*brazo de extensión del conocimiento generado y concentrado en la Universidad, y también sean capaces de recoger y difundir la cultura, el conocimiento empírico y la sensibilidad de diferentes sectores de la población. Se propone ser una televisión educativa y formativa, pero también plural, participativa, crítica, experimental y de servicio público.*¹¹⁴

Bajo esta perspectiva, se reestructuraron las barras de programación que debían cubrir cinco áreas temáticas:

1. Difusión de la Cultura y el Arte.
2. Divulgación Científica.
3. Humanidades.
4. Programas informativos y de Análisis
5. Programas de servicio a la comunidad

A partir de éstas, la producción se distribuyó en nueve barras programáticas que se conservan hasta la actualidad. También se llevó a cabo una reestructuración administrativa que incluyó la creación de nuevas áreas y puestos, *"se definieron funciones y procedimientos, se diseñaron (...) formas administrativas (...) y se organizaron las áreas de apoyo, tales como programación, servicios a la producción, videotéca, área técnica, capacitación comercialización, difusión, cómputo, administración y vigilancia"*¹¹⁵.

Se creó el Consejo Técnico de Administración y Planeación (CIPA) cuya función era la de analizar, decidir y ejecutar acciones relativas al funcionamiento y operación de la Dirección General. Asimismo, se firmó un Convenio de Condiciones Especiales de Trabajo de TV UNAM 1990-92, en donde se determinó el pago adicional al salario por disponibilidad.

¹¹⁴ *Informe de Actividades TV UNAM*, México 1992. p.3.

¹¹⁵ *Ibidem*. p 7.

El presupuesto, que no había sido aumentado desde 1986, fue triplicado en el 90, ascendiendo a 1408 millones para elevar la calidad de producción.

En este mismo periodo se incorporan los beneficios de los sistemas de cómputo en casi todas las áreas, incluyendo las de producción y las administrativas. Todos estos esfuerzos se subordinaron, como ya se ha mencionado, aun sólo fin: *"aumentar la calidad de los programas, mejorar su contenido, su tratamiento técnico, estético y narrativo, para cumplir (...) con los objetivos de trabajo y hacerlos más competitivos en el mercado profesional."*¹¹⁶

No se debe olvidar que uno de los problemas más comunes de TV UNAM es el que se refiere a la calidad de sus producciones, sobretodo cuando se comparan con las de la televisión comercial privada. Si bien sus contenidos son de muy buena calidad, no sucede lo mismo con su producción, que al verse limitada en recursos, por lo general, es deficiente, lo cual provoca que tenga un escaso auditorio.

Conociendo este problema, los noventa representan una renovación en las formas de producir, así se crea un Comité de Evaluación que se encarga lanzar anualmente una convocatoria dirigida a guionistas y realizadores de la UNAM y a creadores independientes o de otras instituciones; también recopila proyectos y sugiere las series que habrán de realizarse durante el año siguiente.

*"La evaluación se basa en la relación de los contenidos con los objetivos (...) la calidad del tratamiento, las propuestas de experimentación e innovación del lenguaje televisivo y la viabilidad económica y técnica."*¹¹⁷

Posteriormente y de acuerdo con esta evaluación, la Subdirección de Producción elabora el Plan Anual de Producción y Transmisiones, que incluye la calendarización de

¹¹⁶ *Idem.*

¹¹⁷ *Idem.*

tiempos de realización, la utilización de los equipos y la asignación gradual del presupuesto.

Las barras programáticas que se realizan a partir de 1992 -y hasta la fecha- son las siguientes:

"Los que Hacen el Arte"	<i>Cultura y Arte</i>
"En Concierto"	
"Tiempo de Filmoteca"	
"Con Ciencia"	<i>Divulgación Científica</i>
"Con Fines"	
"Humanum Est"	<i>Humanidades</i>
"Presencia Universitaria"	<i>Información y Análisis</i>
"Espacio UNAM"	
"Tiempo UNAM"	
"Calidad de Vida"	<i>Servicios a la Comunidad</i>
"Escuelas y Facultades"	
"Prisma Universitario"	

Además se producen continuamente programas de apoyo a la enseñanza, conmemorativos y de difusión, para todas aquellas dependencias universitarias que lo solicitan. Bajo estos esquemas, *TV UNAM produce actualmente un promedio de diez horas semanales, pero su infraestructura técnica y humana están subutilizadas aproximadamente en un 30%*¹¹⁸.

¹¹⁸ *Ibidem.* p.9.

A su vez, existen convenios de coproducción con:

- Universidad de la Habana
- Instituto Nicaragüense de Cine
- Mecasistemas de España
- y Conaculta de México entre otros.

Otra labor de producción en TV UNAM se destina a apoyar proyectos de televisión didáctica y de difusión de las escuelas y facultades; por tal motivo desde 1991 se planteó la necesidad de crear un área de producción de Televisión Didáctica, dotada de equipo propio y personal especializado. La idea parte del hecho de que actualmente existen por lo menos 15 centros de producción de televisión que, con excepción del Departamento de Audiovisual de la Facultad de Contaduría y Administración y el Centro de Divulgación de la Ciencia, cuentan con muy poco apoyo económico.

La gestión del Doctor Francisco Barnes Castro, ha traído nuevos proyectos para TV UNAM que aún se encuentran en etapa de planeación y en su mayoría se dirigen a brindar un efectivo apoyo a la enseñanza escolarizada, a distancia y como un instrumento fundamental de la difusión de la cultura.

El encargado actual del Departamento de Organización y Métodos de TV UNAM Lic. Gilberto Aceves, comentó al ser entrevistado, que en TV UNAM se inicia una nueva etapa administrativa, que ha tenido el rechazo de los trabajadores de la televisora debido a que no cuentan con una cultura administrativa. Señaló también que no cuentan con un documento normativo actualizado y que se acaba de elaborar el Manual de Organización de la Televisora.

4.4.2. Canal 11 del IPN.

Después de varias transmisiones prueba realizadas desde 1958, en un pequeño estudio del Casco de Sto. Tomás, XEP IPN Canal 11 sale al aire el 2 de marzo de 1959

como una dependencia del Instituto Politécnico Nacional. Uno de los primeros objetivos que tuvo esta emisora, fue el de : *"realizar programas de televisión que sirvieran de apoyo a la preparación académicos de toda la comunidad politécnica"*¹¹⁹.

Sus primeras instalaciones contaban con un transmisor de televisión de 5 kw, un telecine blanco y negro, una unidad móvil (control remoto) y un estudio operable con las mismas cámaras de la unidad móvil. Con este equipo se transmitió el primer programa de media hora que formó parte de la serie *"Matemáticas"* conducido por Vianey Vergara; también se realizaron otros programas iniciales como *"Recursos Humanos"* y un curso de *"Francés"* en donde participaron integrantes del Departamento de Audio Visual y profesores del IPN.

Con la producción de estos primeros programas, los iniciadores vieron la necesidad de difundirlos *"no sólo entre los miembros de la comunidad escolar, sino que afines con las presiones democratizadoras de la vida general del país, obligaba a las instituciones educativas a abrir sus puertas a la sociedad y mostrar lo que dentro de ellas se realizaba cotidianamente"*¹²⁰.

Cabe mencionar en aquel tiempo, se iniciaba en México un proceso mediante el cual se incrementaba la explosión en la matrícula escolar y la sociedad demandaba mayores opciones educativas; canal 11 constituyó - junto con otros proyectos universitarios- una opción para satisfacer esas demandas sociales.

Sin embargo, este objetivo no pudo lograrse de inmediato debido sobretodo a problemas técnicos, ya que la señal de canal 11 sólo podía ser captada por algunos televisores.

Tuvieron que pasar muchos años para poder superar esta deficiencia, mientras tanto, la emisora del Politécnico tuvo que enfrentar las constantes impugnaciones y

¹¹⁹ IPN Canal 11 *Boletín Interno México* 1996.p1.

¹²⁰ *Idem*

ataques que cuestionaban su existencia. Por un lado, se señalaba que la estación no satisfacía los requerimientos mínimos para los que había sido creada; por el otro , comenzó a formarse una indiferencia, casi general, por lo limitado de su recepción no sólo en el área metropolitana sino inclusive dentro de las mismas instalaciones de la institución.

A pesar de que la estación vivió durante varios años dentro de un círculo vicioso que le impidió captar audiencias y obtener recursos para mejorar la calidad, se hizo un gran esfuerzo por producir programas con un alto contenido cultural y educativo " en espera de poder disponer de recursos técnicos que los pusiera más cerca de los televidentes"¹²¹

De estas producciones realizadas entre 1962 y 1963, destacan pese a los inconvenientes y a lo escaso de su auditorio - programas musicales, artísticos, literarios y científicos, que pudieron producirse gracias al apoyo de diversas instituciones públicas y privadas.

Esta programación junto con la transmisión de cursos completos de inglés, francés, ciencias sociales y matemáticas, entre otras asignaturas, confirmaron el carácter educativo y cultural del canal politécnico .

Algunos de los colaboradores del Canal 11 en aquellos años fueron Myko Villa, José Luis Ibañez, Juan José Gurrola, Harber Darién de Rivas; también colaboraron algunos actores como : Carmen Montejo, Lorenzo de Rodas o Francisco Jambrina.

En 1965 con motivo de la celebración del II Centenario del Natalicio de Morelos y el I Centenario de la muerte de Andrés Bello, canal 11 transmitió algunos programas de sus vidas y obras. .

¹²¹ *Ibidem.* p 2.

En este mismo año, se lograron grabar por primera vez en esta televisora programas sobre ballet, teatro clásico, contemporáneo y moderno; música clásica y folklórica, jazz, orientación vocacional, economía, filosofía, literatura, medicina y ciencias sociales entre otras.

Hacia 1969, se establece un convenio con el Instituto Nacional de Bellas Artes para la difusión de programas culturales. En 1970 se incrementan los programas de control remoto, sobre todo la transmisión de conciertos de música clásica.

Algunos de los programas que más llamaron la atención de los televidentes en esta época fueron: "Poesía en Movimiento" y "Trizas y Trazos", entre otros.

Es a partir de 1978 cuando se lograron establecer horarios permanentes de transmisión matutina, vespertina y nocturna para cubrir 16 horas de transmisión. Este logro fue alcanzado, en parte, por el convenio firmado entre el Centro para el Estudio de Medios y Procedimientos Avanzados de la Educación (CEMPAE) y Canal Once, para las transmisión de 31 series, con aproximadamente 538 programas de media hora cada uno; a esta barra matutina se le denominó "Educación Media Superior para Todos."

*"Estos programas constituyeron en nuestro país, los primeros resultados de un esfuerzo de varios años de investigación y desarrollo de recursos audiovisuales para facilitar y apoyar la educación de los grandes sectores de la población por medio de los medios masivos de comunicación"*¹²²

Además este esfuerzo que realizó canal 11, forma parte también de un fenómeno pedagógico que influyó en casi todas las instituciones de educación superior del país en los años setenta y cuya principal característica fue la proliferación y uso de los medios audiovisuales en apoyo a la enseñanza, congruentes con el desarrollo de la corriente llamada Tecnología Educativa.

¹²² *Ibidem.* p 6.

Como resultado de estas acciones se modificó la programación vespertina y las políticas generales del canal se encaminaron a : *"difundir la cultura, informar, de ayuda social y divertir, actividades con un total de apoyo hacia la educación nacional"*¹²³.

Surgen también programas de noticias como *"Del hecho al dicho"* (Premio Nacional de Periodismo 1978), *"Enlace"*, *"A la Última hora"* y *"Diorama Excelsior"* que constituyeron un estilo en la forma de comunicar noticias por televisión."

Poco a poco, canal 11 fue ampliando el horario de las transmisiones hasta lograr una estructura con cinco de tipos de programas: instructivos, culturales, informativos (periodísticos), de servicios, y recreativos.

En esencia , todos estos programas buscaban *"la configuración del espíritu cívico de los televidentes, la formación cultural del hombre que nuestra Constitución Política delineó en sus postulados, el advenimiento del sujeto social que los afanes históricos de México han ido perfilando en una dimensión progresiva de dignidad humana."*¹²⁴

Además, a cada uno de los programas le fue planteado un objetivo. Los programas instructivos por ejemplo, tenían el objetivo de *"brindar un apoyo directo e idóneo a las personas, niños, jóvenes o adultos, que se empeñan en cumplir tareas de aprendizaje en su calidad de alumnos formales de algún nivel de modalidad dentro del sistema educativo mexicana"*¹²⁵

Este objetivo es notable para la época, consideraba desde la educación preescolar hasta la media superior; además tomaba en cuenta la modalidad educativa de los sistemas abiertos y escolarizados y, la capacitación para el trabajo.

¹²³ *Ibidem* p 7.

¹²⁴ *Ibidem*. p 13.

¹²⁵ *Idem*.

Los programas culturales estarían encaminados a *"propiciar el enriquecimiento de la visión del espectador (...) acerca del devenir humano, en el ámbito universal y, promover el conocimiento y comprensión de la mexicanidad , en el marco de lo nacional"*¹²⁶

Por su parte los programas informativos se presentaban con la perspectiva de *"poner a disponibilidad del televidente, en la manera más accesible, los complicados trabajos de los hechos y datos del acontecer relevante nacional e internacional, de tal modo que le sea fácil explicase los procesos de la sociedad en la que vive e igualmente los mecanismos que determinan la interdependencia entre los hombres y entre las sociedades."*¹²⁷

Los programas de servicios cubrirían varios objetivos entre los cuales destacan el de promover la participación de los habitantes en tareas de beneficio colectivo y el de *"propiciar entendimiento entre los integrantes de sectores de población alejados por factores geográficos, étnicos, políticos, económicos y sociales"*¹²⁸

Finalmente los programas recreativos tenderían a *"inducir a los espectadores al disfrute del ocio constructivo presentándole las posibilidades de descansar a través de la práctica de una actividad deportiva, artesanal o de divertimientos (...) que no demande la realización de un esfuerzo penoso"*.¹²⁹

La importancia del planteamiento de estos objetivos -más que su profundidad - es el hecho de que marcaron la ruta posterior a seguir de un canal eminentemente cultural y educativo.

¹²⁶ *Ibidem* p 14.

¹²⁷ *Idem*.

¹²⁸ *Ibidem*. p 15.

¹²⁹ *Ibidem*. p 16.

Actualmente y de acuerdo con el artículo 10 de la Ley Federal de Radio y Televisión y, del Reglamento Interno del IPN, los criterios de diferenciación de contenidos en canal 11 se presentan de la siguiente manera:

- 1) Apoyo a la educación
- 2) Divulgación de la cultura
- 3) Educativos infantiles
- 4) Informativos periodísticos
- 5) Recreación
- 6) Deportes

La base de la organización de canal 11 son tres áreas básicas en las cuáles se contiene el total de actividades del personal:

- 1) Administración
- 2) Producción
- 3) Transmisión

Por otro lado, es importante resaltar que Canal 11 estableció desde los años ochenta, un proyecto de red nacional que incluía, en su primera etapa, 15 Estados de la República, con 19 estaciones con frecuencia asignada y con apoyo de tecnología nacional. La segunda etapa incluyó, veintiséis estaciones más cuya asignación de frecuencias se ha venido dando poco a poco.

Otra acción importante de canal 11, cuya directora actual es Adriana Lajous, es la apertura a los patrocinios no sólo de Instituciones gubernamentales como IMSS, INBA o CONACULTA, sino también de Bancos y empresas privadas que le han dado un impulso importante al canal, sin menoscabo significativo de su programación educativa y cultural. Además canal 11 siempre se ha distinguido por propiciar el intercambio de programas y servicios con televisoras estatales lo cual le da un sentido nacional a su programación.

4.4.3. La Televisión en Universidades Públicas de Provincia

Los estudios acerca de la televisión en las Universidades Públicas de México son escasos. A juicio de Delia María Crovi, "es difícil elaborar un diagnóstico sobre este tema pues la gran disparidad de recursos y la dispersión de información son dos de las causas que lo impiden".¹³⁰

Uno de los factores en el cual coinciden los investigadores, es en el poco apoyo que este tipo de televisión recibe, lo cual la hace parecer como una actividad poco notable o interesante. Este hecho se distingue claramente cuando se observa que de las 37 Universidades Públicas que existen en el país, sólo dos (la de Sonora y la Autónoma de Nuevo León) cuentan con su propio canal de televisión. En ambos casos y, no obstante que las dos operan como televisoras abiertas, los recursos con que cuentan son limitados.

Las 35 Universidades restantes cuentan con lo que se ha llamado Televisión de Registro y hacen un mayor uso del video que de la televisión en sí misma.

La Universidad de Guadalajara es un buen ejemplo de producción y divulgación de videos a través de su Departamento de Recursos Audiovisuales, que ofrece capacitación, exhibición en su propia videosala; organiza concursos y muestras de este medio.

En marzo de 1990 se realizó la Primera Reunión Nacional de la Red Universitaria de Televisión y Video, en Oaxtepec, Morelos; a este evento asistieron 18 Universidades interesadas en dar un impulso a la Televisión Universitaria.¹³¹

¹³⁰ Crovi Druetta, Delia. "III, La Televisión en las Universidades Públicas" en Toussaint A., Florence. "¿Televisión Pública en México?" Edit. CNCA, México, 1993. P.68 y 69.

¹³¹ La Red Universitaria de Televisión y Video se creó en 1990 por iniciativa de Delia Crovi durante el IV Mercado Audiovisual realizado un año antes y los objetivos planteados en una primera etapa se encaminaban al intercambio de videos para su conexión con otras Universidades e instituciones educativas nacionales e internacionales. En la actualidad, La Red está integrada por 30 Universidades Públicas. Crovi, Delia. "Red Universitaria de televisión y Video" en Revista Zurda N° 7y8. México 1990.

El estudio de Covi señala que de las Universidades que asistieron sólo una, la de Juárez del Estado de Durango, no producía televisión, aunque existía interés por comenzar a hacerlo. Las restantes (Autónomas de Aguascalientes, de Baja California Sur, de Campeche; Agraria Antonio Narro, de Coahuila, Metropolitana de Xochimilco, del Estado de Morelos, de Nayarit, de Querétaro, de San Luis Potosí, de Sinaloa, de Tamaulipas, de Yucatán, Veracruzana, Autónoma de Guadalajara y Nacional Autónoma de México) producen material videograbado con fines didácticos y de divulgación.

De la misma manera se tiene conocimiento que las universidades, Autónoma de Chihuahua, Ciudad Juárez, Zacatecas, Guerrero, Puebla, Tlaxcala, Chapingo, Hidalgo y Pedagógica Nacional (que no asistieron a la reunión) producen televisión, lo cual nos permite afirmar que un 80% de las Universidades Públicas del país, producen de una u otra manera, televisión.

También se sabe que muchas de estas Universidades Públicas, cuentan con espacios regulares de salida al aire, a través de canales locales o nacionales, con los cuales han establecido convenios directos o vía Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) haciendo uso de tiempos oficiales.

En lo que se refiere al uso de la televisión por cable o vía satélite las universidades públicas han tenido una escasa presencia, no obstante de que la normatividad respectiva presenta caminos favorables.

En este sentido el gobierno federal tiene reservados algunos canales de TV por cable y, desde que se instalaron los satélites Morelos I y II se señaló que éstos estarían a disposición de "*prioridades nacionales*": educación, salud, agricultura, desarrollo social y económico, etcétera. Sin embargo, el Estado ha preferido ceder a la iniciativa privada, la mayor parte de estos espacios.

Además, un cuestionario aplicado en la Reunión de referencia, dio como resultado que de las 18 universidades asistentes sólo 8 cuentan con la infraestructura

necesaria para la recepción de señales de TV por satélite, 2 no contestaron y las otras ocho no cuentan con lo mínimo necesario para recibir la señal.

En resumen, los principales problemas que enfrentan las televisiones de las universidades públicas son los siguientes:

- ◆ Falta de recursos para la producción, circulación y consumo de mensajes universitarios por televisión.
- ◆ Personal en ocasiones improvisado o con carencias. Equipos técnicos pobres y falta de continuidad en líneas de trabajo.
- ◆ Desconocimiento de la función y misión de la televisión universitaria.
- ◆ Falta de espacios en la TV abierta, por cable o vía satélite.

A juicio de Delia María Covi “ *La televisión de la Universidades Públicas debe replantearse su vinculación con el medio social, con los demás medios de comunicación, con las políticas que la sustentan y los objetivos que se plantean y, sobre todo, debe profesionalizar a quienes la hacen, así como buscar nuevos espacios para su circulación.*”¹³²

A todos estos aspectos, habría que agregar el de la desvinculación entre las actividades (no sólo de radio y televisión) que se realizan en las Universidades Públicas y en las Privadas. Es notable como la mayoría de los investigadores abordan la radiodifusión universitaria sin considerar a las Universidades Particulares, las cuales a pesar de enfrentar mayores restricciones financieras y jurídicas han logrado avances significativos que podrían contribuir a generar un nuevo enfoque de la televisión universitaria.

¹³² Covi. *Op Cit* Pag. 82.

CAPÍTULO 5: LA RADIO Y TELEVISIÓN DE LAS ESCUELAS DE COMUNICACIÓN Y PERIODISMO.

Conforme a lo que se ha desarrollado hasta este capítulo, se puede afirmar que la Radio y Televisión Universitaria en México - aún a pesar de tener experiencias muy valiosas y gratificantes - se encuentra todavía en una etapa de desarrollo. Esta situación le ha llevado a buscar, por muchos caminos, una definición propia.

Uno de estos caminos, es el importante papel que en el campo de la radiodifusión universitaria juegan las Escuelas de Periodismo y Comunicación. Y, aunque este es aún incipiente, representa un enorme potencial que cada día cuenta con mayor presencia.

Sin embargo, los estudios relativos a la radiodifusión universitaria (incluyendo en esta, tanto a la radio como a la televisión) son pocos y en ninguno de ellos se han considerado todavía, las acciones que en este terreno están desarrollando muchas universidades, tanto públicas como privadas, a través de sus Escuelas de Comunicación.

La omisión en los estudios permite llegar a la conclusión de que la Radiodifusión Universitaria - la que es promovida por las Escuelas de Periodismo y Comunicación -, ha tenido muy poco impacto en la sociedad, es aún incipiente y en la mayoría de los casos, su universo de transmisión se limita al de sus propios espacios universitarios. No obstante, la proliferación de instituciones que ofrecen esta carrera (aproximadamente 130 en México) y en consecuencia la multiplicación de proyectos de radio y televisión internos, indican la existencia de un fenómeno de creciente importancia para la comunicación.

Además, es notoria la falta de representatividad jurídica de la radiodifusión que promueven las Escuelas y Facultades de Comunicación y Periodismo, tanto en

instituciones públicas como privadas. Bastaría con revisar la legislación vigente para percatarse de la total omisión de la radiodifusión de estas escuelas e instituciones.

Se ha considerado como Radiodifusión Universitaria la loable labor de estaciones de radio como Radio Universidad o de canales de televisión como Canal 11 del IPN o TV UNAM. Sin embargo, existen otros proyectos desarrollándose en infinidad de instituciones educativas, que aún no han sido considerados dentro de este rubro.

A efecto de poder contar con un panorama general de la radiodifusión que promueven las Facultades y Escuelas de Comunicación y Periodismo en México y poderla proponer como alternativa para el fortalecimiento de la Comunicación Educativa, se realizaron visitas a algunas Universidades del Distrito Federal que cuentan con las instalaciones adecuadas para desarrollar proyectos de Radio o Televisión Escolar o Universitaria.

El objetivo fue el de conocer si han desarrollado algún proyecto de carácter educativo o cultural y si para ello han establecido alguna metodología de trabajo específica.

Sin embargo, no se podría alcanzar este objetivo sin hacer, en forma inicial, un recorrido histórico por la Carrera de Ciencias de la Comunicación para observar su desarrollo y las contribuciones que, desde un inicio y aún sin las instalaciones adecuadas, ha hecho a la Radiodifusión y a la Comunicación Educativa en México.

5.1. Las Primeras Escuelas de Comunicación en México y su Enfoque

Las Escuelas de Comunicación en México surgieron en 1940 y no estaban constituidas como tales, eran escuelas de Periodismo.

La más antigua de ellas, es " *la Universidad Femenina, fundada en 1945; la Carlos Septién que en un inicio perteneció a la Acción Católica Mexicana*"¹³³ fue fundada en 1949 por Don Luis Beltrán y Mendoza.

Si se toman en cuenta las fechas en que surgen estas dos primeras escuelas de Periodismo, que posteriormente darían pie a la formación de Facultades de Comunicación; se puede descubrir que la prensa ya llevaba casi un siglo institucionalizada y la radio era un medio muy importante. Es obvio que estos medios no eran operados propiamente por especialistas formados específicamente en Escuelas de Periodismo. Quienes los manejaban, eran literatos, técnicos, artistas o profesionistas de la más variada índole que, sintiendo una atracción especial por el periodismo y la comunicación, fueron adquiriendo experiencia en la labor diaria.

El hecho de que se crearan Escuelas de Periodismo atendía fundamentalmente al requerimiento de establecer una ética en el oficio y comenzar a formar profesionales en la materia. No obstante, la heterogeneidad inicial se tornó evidente en los Planes Curriculares que establecieron estas dos primeras escuelas. A juicio de Manuel Corral, los conocimientos que en ellas se impartían eran elementales y disímolos " *pues incluyen materias como: Historia de la Literatura y del Arte, Filosofía, Gramática, Etimologías, Historia del Periodismo, Taquigrafía y Mecanografía. En general, los planes y programas de estudio de esas primeras se apegaban a los puntos fundamentales del Sistema Educativo y Universitario de América Latina, cargado entonces del ensayismo literario social*".¹³⁴

En la actualidad los planes y programas de estudio han evolucionado a la par del desarrollo de los medios de comunicación, de forma tal que la tendencia de los medios a captar toda clase de expertos de las más variadas disciplinas, tiende a disminuir. Cuanto más, cuando muchos de los egresados de las Escuelas de Ciencias de la Comunicación se han percatado de que, para trabajar en los medios, es necesaria una

¹³³ Granados Ch., Miguel Angel. "Examen..." *Op.Cit.*p182.

¹³⁴ Corral. *Op Cit.*p.66

formación técnica específica y una cultura general excepcional que los distinga como verdaderos comunicadores.

En 1950 el Periodismo se introduce en las Universidades. " *La inclusión de esta nueva carrera dentro de la Universidad (UNAM), marcó su profesionalización y ello supuso la superación del ensayismo anterior mediante la adopción del método científico*"¹³⁵.

Por aquel tiempo se comenzaron a desarrollar los *communication research* (investigaciones en Comunicación) en Estados Unidos, destacando investigadores como Schamm, David K. Berlo y Paul Lazarfel entre otros. Este aspecto influyó notablemente en la Carrera de Comunicación en México, que según Corral contaba con:

*"Programas de estudio sin mucha coherencia interna y con poca vinculación a los problemas reales del país, escaso personal capacitado para impartir los conocimientos sobre la materia y sobre el impacto del fenómeno comunicativo". Todo ello, no hizo "sino confirmar la dependencia cultural del extranjero, al adoptar acríticamente la bibliografía, los métodos y las técnicas y al reproducir y querer aplicar en el contexto nacional los esquemas elaborados, con toda la carga ideológica"*¹³⁶

Hacia fines de los años cincuenta comenzaron también a aparecer los primeros trabajos de investigación y reflexión teórica sobre la comunicación de masas en el país. Entre estos destacan los de Carlos Septién García y algunos análisis de Diego Guzmán Arenas, Mario Rojas Avendaño y Henrique González Casanova. Sin embargo y a pesar de su importancia, ninguno de ellos era el resultado de una metodología de investigación sistemática debido, sobre todo, a las incipientes condiciones en que fueron realizados.

¹³⁵ *Idem*

¹³⁶ *Ibidem*. p.68.

En 1960, la Carrera se introdujo en otras Instituciones de Educación Superior como la Universidad Iberoamericana, para conferir grados académicos de licenciatura a sus egresados.

Es sobretodo en los últimos años de este decenio, cuando se marca el inicio del cambio en la forma de vida y en la educación en general. Los movimientos estudiantiles y obreros a nivel mundial, generan un interés general por atender los problemas sociales. Las Universidades y sus medios de comunicación se vincularon a este interés e inician una etapa permanente de crecimiento.

En estos términos, es a partir de los años setenta, cuando comenzó a incrementarse en forma significativa la población estudiantil de esta carrera, hasta llegar en 1980 a 24 instituciones a nivel nacional, dos de las cuales ofrecían, además, el grado de maestría. En el Distrito Federal una escuela funcionaba a nivel Bachillerato Técnico en Periodismo.

Para Manuel Corral este incremento se originó por las necesidades y crecimiento de la Industria de la Radio y la Televisión al mando de la iniciativa privada. Al respecto, este autor señala que: *"No deja de ser sintomático... que sea el sector privado el que en sus centros superiores de educación haya impulsado en forma sensible el estudio de la Ciencia de la Comunicación como lo demuestra el siguiente dato: de las 24 instituciones que ofrecían la carrera, 7 pertenecían al Sector Público y 17 al privado, unas y otras con objetivos y características similares en sus planes de estudio".*¹³⁷

Sin embargo, esta apreciación no es del todo correcta, ya que durante mucho tiempo, los egresados de las carreras de Periodismo y Comunicación no tuvieron una presencia inmediata y notable en los medios de comunicación privados. Su incorporación a éstos ha sido gradual.

¹³⁷ *Ibidem* p. 70.

De 1980 a 1986 "el número de escuelas de comunicación creció... hasta sumar 48 en todo el país; de ellas, 16 eran de carácter público y 32 privadas; estas últimas estaban más orientadas al estudio de la mercadotecnia, la publicidad y las relaciones públicas".¹³⁸

Se puede inferir que uno de los motivos por los cuales existía un mayor número de escuelas privadas de comunicación que públicas, se debía fundamentalmente a la creciente demanda. El número de alumnos que deseaban incorporarse a esta novedosa disciplina y el futuro prometedor dentro de los medios, hacían de la carrera un objeto de consumo inmejorable para las universidades particulares. Además les permitía influir en el plano de las ideas y opiniones sociales.

En lo que se refiere a la investigación sobre comunicación y con el objeto de superar las deficiencias mencionadas en los párrafos anteriores: " Se crearon también (en los años ochenta), Centros de Investigación en Instituciones como la UNAM, UIA, Universidad Anáhuac, UAM, UNIVA"¹³⁹.

Pero un factor común de todas estas instituciones, era su desvinculación en programas y planes de estudio, lo cual conllevaría a que los egresados de esta disciplina tuvieran una formación heterogénea y en muchas ocasiones poco práctica; sobretodo por la marcada tendencia, de muchas Universidades Públicas, a tomar como bases teóricas el socialismo y las teorías críticas. Las Universidades Privadas, por su parte, rechazaban estas tendencias y establecían planes de estudio más técnicos lo cual conducía a generar alumnos acrílicos que no contribuían a mejorar la situación de los medios.

En este sentido, la adecuación de todas estas escuelas y facultades a las necesidades técnicas y de contenido en los medios de comunicación social era limitada. Una encuesta realizada por el investigador Raúl Rojas Soriano, en los años

¹³⁸ *Idem.*

¹³⁹ *Ibidem.* p.67..

ochenta, indicaba que *"el 56.67 por ciento de los alumnos de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, calificó de deficiente para el ejercicio profesional de la preparación académica que ahí recibió"*. Y aunque, Comunicación no es la única carrera de esa facultad, sí es la que en esos años tuvo mayor demanda.

Desde 1955, fecha en que concluyó sus estudios la primera generación de comunicadores en esa Facultad, hasta 1970, tan sólo 108 personas concluyeron ahí sus estudios y sólo 14 se titularon. Del total, poco más de una cuarta parte -28 %-desempeña ocupaciones con poca o ninguna relación con su carrera.

Durante la década de los ochenta la matrícula se expandió en forma notable y las Escuelas de Comunicación se multiplicaron por todo el territorio nacional. Este efecto se mantuvo hasta bien entrada la década de los noventa, cuando el mercado de trabajo se notó evidentemente contraído.

En 1995, más de 30,000 estudiantes estudiaban la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, los cuales, se fueron sumando poco a poco, a los más de 35,000 egresados que ya existían.

En la actualidad existen en México más de 130 instituciones que imparten la Licenciatura en Comunicación, 28 de ellas en el Distrito Federal. El nombre de la carrera ha variado de una institución a otra, algunas la han cambiado el nombre en varias ocasiones y han modificado sus regímenes de incorporación (UNAM - SEP) y, en consecuencia sus planes y programas de estudio. Esto como ya se ha mencionado, tal vez se deba a un criterio meramente comercial ya que en el fondo la carrera es la misma.

Con el desarrollo tecnológico aplicado a los medios, todas las instituciones que ofrecen esta carrera han tenido que diseñar y construir las instalaciones necesarias para que los alumnos realicen de la mejor manera, sus prácticas de periodismo, radio y televisión. El estudio de Manuel Corral, realizado a principios de los ochenta, registró

qué universidades contaban con equipo y qué tipo de equipo era éste. En el presente trabajo se ha decidido complementar y actualizar estos datos, pero dando mayor importancia a la forma en que están organizadas las instalaciones de radio y televisión y qué proyectos han desarrollado. No se descarta la importancia de la infraestructura técnica con que cuentan, pero sirven más a los objetivos de esta investigación el conocer cómo están funcionando y para qué.

Para obtener estos datos se llevaron a cabo diversas entrevistas a los responsables de las instalaciones de radio y televisión de algunas de las más importantes Universidades del Distrito Federal, obteniendo los siguientes resultados:

5.2. Entrevistas a Responsables de Laboratorios de Radio y Televisión

Como ya se menciona con anterioridad, las Escuelas y Facultades de Comunicación y Periodismo han tenido que adaptarse a los veloces cambios tecnológicos de nuestro siglo, sobretodo por que dichos avances se manifiestan en forma más notoria en los medios masivos de difusión.

De forma tal que las instituciones han creado una gran infraestructura técnica que hoy en día les permite influir, de una u otra manera, en el terreno de la comunicación. Actualmente representan un enorme potencial, que está destinado a considerarse como un instrumento alternativo de comunicación dentro del campo de la cultura y la educación.

Las entrevistas que a continuación se presentan fueron realizadas durante 1997 y 1998 y, el objetivo de llevarlas a cabo, se centró en la necesidad de conocer la forma en que están trabajando, la infraestructura técnica y humana con que cuentan y los proyectos que han desarrollado.

5.2.1. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (UNAM)

Como ya se ha mencionado en capítulos anteriores, la Universidad Nacional Autónoma de México cuenta, desde hace mucho tiempo, con servicios de Apoyo Audiovisual en casi todas sus Facultades; algunos de ellos, como el de la Facultad de Medicina o el de Contaduría y Administración tienen una gran tradición en la producción y difusión de materiales audiovisuales, incluyendo programas de radio y televisión.

Entre estos servicios destaca también el de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales que, desde 1971, cuenta con instalaciones específicas de Radio y Televisión. En un inicio, éstas instalaciones se encontraban en el sótano de la Biblioteca Central, pero a partir de 1986, fecha en que se instaló la nueva Facultad en el Circuito Exterior de Ciudad Universitaria, se diseñaron también las nuevas instalaciones de Radio, Televisión y Fotografía adoptando el nombre de Coordinación de Radio y Televisión.

Una de las características más importantes de esta Coordinación, es su diseño, el cual fue realizado considerando los requerimientos de las cuatro carreras que se ofrecen en esa facultad, pero muy particularmente por las necesidades de los alumnos de Comunicación. En este sentido su construcción y equipamiento incorpora elementos más adecuados para la producción de programas de radio y televisión, que los de otras facultades.

No obstante, es contradictorio que la Coordinación mencionada, mantenga cierta independencia con respecto a la carrera que más utiliza de sus servicios, la de Comunicación. Por disposiciones generales y de orden político, la Coordinación de Radio y Televisión de la FCP yS no pertenece exclusivamente a Comunicación y administrativamente, depende de la Secretaría General de esta facultad.

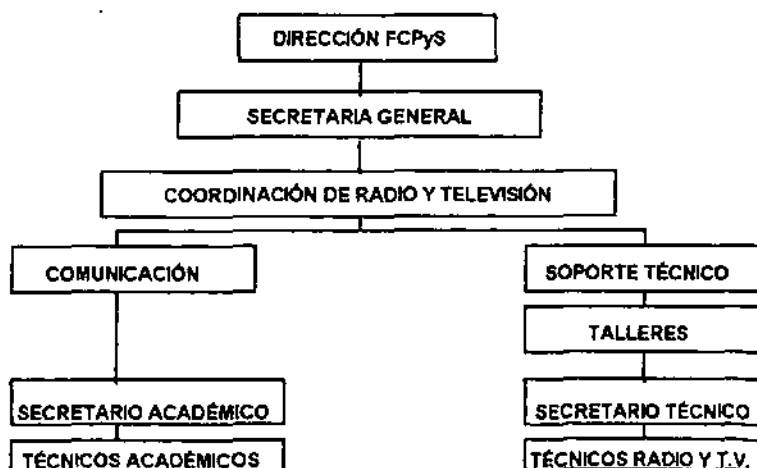
Esto representa una ventaja, pues sus funciones se amplían y diversifican; aunque, también es una limitación, ya que ni los alumnos, maestros, directivos o investigadores de la carrera de Comunicación pueden tener una influencia directa en la

organización o funcionamiento de la misma. El problema se ha tornado difícil y, aunque no es el único motivo, en ocasiones ha generado en los directivos de la Carrera de Comunicación la idea de separarse de la facultad. Otra consecuencia importante es el hecho de que muchos proyectos de Comunicación, que beneficiarían a los alumnos, no han sido fácilmente implantados.

Además es una barrera importante, sobretodo cuando se nos explica que esta Coordinación mantiene un convenio de intercambio y apoya constantemente a TV UNAM con producciones de temas específicos.

Por otro lado, la Coordinación apoya con producciones a otras escuelas y facultades de la UNAM, pero sólo cuando hay una negociación oficial a través de convenios entre Directores o Secretarios Generales de Facultad. Se han producido algunos programas para estas facultades, sin embargo - y como ocurre en todas las Universidades tanto públicas como privadas - estas producciones no han sido difundidas y generalmente van a parar a los estantes de la Coordinación o de alguna Dirección de las carreras solicitantes.

La organización de la Coordinación se presenta de la siguiente manera:



El personal actual de la Coordinación consta de 8 personas considerando a los Secretarios y Técnicos.

Sus instalaciones funcionan con base en las actividades académicas de Comunicación y de aquellos proyectos que tengan un buen respaldo y que hallan sido elaborados entre maestros y alumnos de la facultad. Los proyectos son evaluados y si son viables, se autorizan. No se ha elaborado nunca un proyecto específico de organización y funcionamiento de la Coordinación.

Según palabras del Ingeniero Héctor Hernández, Secretario Técnico de los Talleres y responsable de la Coordinación, la Carrera de Comunicación (aún a pesar de no involucrarse en la organización) tiene prioridad en el uso de las instalaciones.

Actualmente la Coordinación cuenta con dos estudios de T.V. con tres cámaras cada uno. Existen además dos islas de edición con tecnología análoga, en formato de 3/4, en donde también existen equipos en formato super-vhs y hi 8, los cuales se han venido integrando paulatinamente. Los productos finales se manejan en 3/4 por la calidad que se busca.

Cuenta también con dos cabinas de radio, análogas, en donde se graba en máquinas de carrete abierto.

Dentro de las instalaciones de la Coordinación se encuentra también el Taller de Fotografía compuesto por una cabina para diaporamas, un cuarto de revelado y dos para impresiones.

En lo que se refiere a la participación de los alumnos de la Carrera de Comunicación, el Ing. Hernández, señala que se les apoya mucho en el manejo del equipo y se les asesora para la realización de sus prácticas. El único requisito para su participación es el que sus proyectos "estén bien soportados".

Los alumnos de Comunicación colaboran también haciendo su servicio social y llegan a producir algunos materiales didácticos, junto con personal de la Coordinación. En este sentido, es notable el apoyo que se brinda a los proyectos de Educación a Distancia que recientemente han tenido un fuerte impulso en la UNAM.

Las perspectivas a futuro de la Coordinación, se encaminan a mejorar la enseñanza de los alumnos de Comunicación, con el compromiso de estar a la vanguardia en tecnología aún a pesar de que los presupuestos para hacerlo son muy reducidos. Cabe señalar que esta Coordinación recibe ingresos del presupuesto general de la Facultad.

Además existe el apoyo de las autoridades para mejorar en el campo de la Educación Continua, a través de la producción de videos que se puedan difundir ampliamente.

La intención de la Coordinación es crecer para poder implementar un Sistema de Videoconferencias. También se tiene ya muy avanzado el proyecto de Radio Interna y la creación de una Coordinación de Ingeniería, que permitirá soportar el mantenimiento de los equipos.

5.2.2. Universidad Iberoamericana (Campus Santa Fe)

Las instalaciones de Radio y Televisión de la Universidad Iberoamericana Campus Santa Fe, fueron inauguradas en los años sesenta "prácticamente desde que se fundó la carrera de Comunicación". De forma tal que éstas siempre, han dependido de esta carrera y su organización, funcionamiento y administración, se encuentran estrechamente vinculadas con los planes y programas de la misma.

Actualmente el personal que integra las instalaciones está compuesto por:

- Un Coordinador de Televisión y dos técnicos.

- Un Coordinador de Radio y un técnico.

Todos ellos han sido incorporados como maestros de tiempo completo.

Como ya se mencionó, la estructura orgánica de las instalaciones de Radio y Televisión forman parte de la Carrera de Comunicación, la cual esta conformada por el Director del Departamento de Comunicación, un Coordinador General de Licenciatura, Coordinadores de Área (TV, Radio, etc.) y los Técnicos.

Las funciones de radio y televisión están organizadas por separado, pues son dos laboratorios distintos. En el Plan Santa Fe I son dos subsistemas aparte y en el Santa Fe II hay un subsistema único¹⁴⁰.

La UIA cuenta actualmente con dos cabinas de radio. Una, para uso exclusivo de Radio Ibero, que como ya se señaló en otro capítulo, transmite su señal por frecuencia abierta y es la única radiodifusora permitida de una Universidad Privada en el D.F.

La otra cabina, tiene la infraestructura necesaria para grabar, producir y postproducir en forma análoga. En el diseño de ambas, se observa una preocupación por igualar las condiciones en que operan las cabinas de la radio profesional.

Cabe destacar que el Proyecto de Radio Ibero no depende de la Carrera de Comunicación, sino que, por su importancia, es regulada por la Dirección de Comunicación Institucional de la UIA; no obstante, los alumnos de Comunicación pueden participar en esta emisora cuando presentan proyectos interesantes.

En lo que toca a Televisión, existe un foro, una cabina de controles y una isla de edición, pero a juicio del entrevistado, Lic. Ethiel Cervera, Coordinador de Radio, el

¹⁴⁰ Los Planes Santa Fe I y Santa Fe II fueron instituidos desde 1989 en cada carrera de la UIA, para permitir el acoplamiento de alumnos a diversas posibilidades de horarios y materias; así como para evitar la saturación de servicios, actualmente se lleva a cabo el Plan Santa Fe II que tiene modificaciones anuales.

equipo e instalaciones actuales, tanto de Radio como de Televisión, requieren adecuarse y modernizarse.

Las funciones actuales de las instalaciones, así como su organización fueron generadas - como ya se mencionó - por el programa de la Carrera de Ciencias de la Comunicación. En alguna ocasión, hubo un Noticiero Interno de Televisión que más tarde desapareció, ya que fue un proyecto impulsado por alumnos que al terminar su ciclo no pudieron continuar.

Además del servicio que se ofrece a los alumnos de Comunicación, las instalaciones apoyan a la Universidad en general con la producción de spots de inscripción, transferencias de material (copias de dat a cassette, etc.). En algunas ocasiones se reciben solicitudes de autoridades de la UJA para la realización de algún servicio específico y, aunque no es muy frecuente, también se llegan a realizar transfers, ediciones, videos de idiomas, etc., por instrucciones de los Coordinadores de Comunicación.

Se ha tratado de utilizar los servicios para apoyar a otros Departamentos, la intención es que las instalaciones no sean exclusivas de Comunicación, sin embargo, se dispone de muy poco tiempo para hacerlo.

De igual modo se ha apoyado en forma constante al área de Extensión Universitaria especialmente en lo que se refiere a las clases de Inglés.

Los usuarios de las instalaciones deben ser alumnos de la Universidad y los requisitos para hacerlo son: en primer termino, respetar el Reglamento Interno que incluye requisitos de solicitud. En todos los casos, el alumno debe trabajar con el maestro de la materia o con el técnico laboratorista, a fin de que lleve una orientación adecuada y no descomponga los equipos.

También existe el derecho de apartado, a través del cual un alumno puede reservar oportunamente su fecha de trabajo. Las materias de televisión por ejemplo, deben apartar las cabinas con dos días de anticipación. En todos los casos, se les exige saber utilizar el equipo; en caso contrario, el técnico laboratorista los asesora o bien otro alumno que tenga mayor experiencia y conocimientos. También depende mucho de la materia que se imparta y de los conocimientos que se requieren, de esta manera se les facilita a los usuarios la isla de edición o cualquier otro servicio.

Para solicitar algún material o equipo específico deben llenar una solicitud y responsabilizarse por entregar todo lo que se les presta, en las mismas condiciones en que les fue otorgado. Los usuarios externos pueden hacer uso de las instalaciones únicamente con autorización del Departamento de Comunicación.

No existe un proyecto específico de organización y funcionamiento. Este no se ha realizado; sin embargo, existen planes a mediano, corto y largo plazo. La intención es mejorar y modernizar los equipos para atraer un mayor número de alumnos. Actualmente, por ejemplo, se cuenta con sistemas de edición lineales y se pretende montar en poco tiempo, cabinas de edición no lineal, así como equipo de producción y post-producción digital para trabajar con una calidad profesional. De igual forma se intenta incrementar el espacio, el cual resulta limitado para las necesidades actuales.

5.2.3. Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco.

Al igual que en la Universidad Iberoamericana, las instalaciones de radio y televisión de la UAM Xochimilco existen desde que se fundó la Universidad en la década de los setenta y dependen, en forma integral, de la Carrera de Ciencias de la Comunicación.

Las funciones más importantes que se realizan en ellas, tienen como eje fundamental: la Docencia, la Educación y la Difusión de la Cultura.

El personal que labora en ellas está constituido de la siguiente manera:

-TEÓRICO: 1 Profesor asistente cuya función es la de aplicar criterios y llevar a cabo el desarrollo de un programa específico.

- TÉCNICO: 1 Técnico Académico cuya función es la de impartir conocimientos prácticos y teóricos desde un punto de vista funcional; es decir a través de la practica constante.

- 1 MAESTRO EN MEDIOS: cuya función es similar a la del técnico académico, sólo que este se involucra más con los aspectos teóricos.

Su estructura orgánica ha sido diseñada de la siguiente manera:



Las funciones de radio y televisión están organizadas de acuerdo con el Sistema Modular característico de la UAM. En este caso, el que corresponde a la carrera de Comunicación en donde cada módulo, ya sea de radio o televisión, es independiente, pero todos ellos corresponden a la carrera.

Cuentan con 5 cabinas de radio, con equipo de tipo profesional y semiprofesional y en ellas se brindan servicios de investigación, experimentación, docencia y producción.

En lo que se refiere a televisión, cuentan con un estudio de dimensiones profesionales dotado de equipo en formato 3/4 y super -VHS. El estudio cuenta con una cabina de controles y un foro. Existe también un mini estudio con un cuarto de control y un foro más pequeño que se utiliza para brindar servicios indistintamente a los módulos de cine, radio y televisión.

Las funciones actuales de radio y televisión partieron de un proyecto específico generado por el Centro de Producción de la UAM-X y después se integraron a la Carrera de Comunicación.

Además del servicio que se otorga a los alumnos de Comunicación, en los talleres de radio y tv de la UAM-X se graban eventos y se producen videos para diversos servicios de los trabajadores de la UAM como: Guarderías, Tienda de Autoservicio, etc. También se apoya a Organismos Gubernamentales como el Sector Salud, Educación, etc. y, con menor frecuencia a Organismos como la UNESCO. La mayoría de estos servicios, se realizan a través de convenios. Destaca un convenio establecido hace algunos años con una productora de la ciudad de Los Ángeles, California en Estados Unidos.

También se realizan trabajos para autoridades de la Universidad; se registran eventos, se hacen promocionales y se trabaja mucho para la División de Ciencias Sociales y Humanidades, sobretodo para la carrera de Comunicación, fuera del programa académico. En ocasiones se realizan trabajos para otras carreras que lo solicitan.

Los requisitos para los usuarios son:

- ALUMNOS: calendarización del profesor, credencial y depósitos vigentes.

Respecto a proyectos de radio y televisión, a través de circuito cerrado o de baja potencia, es preciso mencionar que fue en esta Universidad en donde se creó uno de

los sistemas de transmisión, de baja potencia, más sencillos y prácticos que se han fabricado en el país. Con él se iniciaron en forma exitosa, algunas transmisiones hacia la población aledaña al Campus de la Universidad.

Este sistema, fabricado íntegramente por alumnos de Ingeniería Electrónica de la UAM, fue prestado, en los primeros años de la década de los noventa, a una Organización Política Independiente, ligada a diversos Partidos Políticos para hacer transmisiones, sin permiso, en lo que se llamó Radio Pirata. Esta estación clandestina, ubicada en plena Avenida de Paseo de la Reforma, fue cesada y hostigada por las autoridades por su carácter eminentemente antigubernista, lo cual significó un duro golpe para la UAM y canceló cualquier posibilidad futura de obtener un permiso para operar una emisora propia.

Cabe señalar que este sistema, con algunas modificaciones es el que utiliza actualmente Radio Ibero de la Universidad Iberoamericana, quien supo aprovecharlo para obtener el permiso que le brindara la posibilidad de operar su propia estación abierta de radio.

Atendiendo a lo anterior, llama la atención, que en la UAM-X, aun siendo creadora de este sencillo y práctico sistema, de muy bajo costo, no se halla efectuado un proyecto serio para instalar su propia estación. El motivo tal vez fue generado por la experiencia desventajosa de Radio Pirata y, muy probablemente, a que el Gobierno tiene un comportamiento muy cauto cuando se trata de entregar permisos a universidades públicas; sobretodo a aquellas en donde intervienen fuertes sindicatos como la UAM.

Por otro lado, es importante mencionar que a los alumnos de la Carrera de Comunicación se les exige participar en los diversos proyectos que surgen. La Carrera considera como fundamental su participación.

Las perspectivas a futuro para la radio y televisión de la UAM-X se dirigen, sobretudo, a la actualización tecnológica y al aprovechamiento de las transmisiones vía satélite, así como el desarrollo de tele y videoconferencias. Nuestro entrevistado fue el Lic. en Comunicación, Enrique Velasco Ugaldé, quien tiene una antigüedad de 24 años en la UAM-X y 2 años dos meses en los Talleres de Radio y Televisión de los cuales es Coordinador.

5.2.4. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (Campus Lago de Guadalupe).

Las instalaciones de Radio y Televisión del Tecnológico de Monterrey Campus Lago de Guadalupe, fueron construidas en 1986 adoptando el nombre de Centro de Medios.

Desde un principio, estas instalaciones formaron parte de la Carrera de Comunicación y hasta la fecha, el objetivo primordial y las funciones que en ellas se desarrollan, se encuentran bajo la tutela de la misma carrera y de su programa académico.

El caso del Tecnológico de Monterrey es especial en cuanto a la cantidad de recursos asignados a sus instalaciones de radio y televisión, ya que hasta la fecha en que se realizó esta entrevista, era la única Universidad de la zona metropolitana de la ciudad de México que contaba con los más modernos y costosos equipos digitales en sus cabinas. No obstante, los primeros equipos que se adquirieron, fueron análogos, tanto en radio como en televisión. Actualmente la mayoría son digitales y se han venido implementando, poco a poco, desde hace más de un año, aproximadamente.

La organización del Centro de Medios del Tecnológico de Monterrey se presenta de la siguiente manera:

Existe un Director del Centro y responsables por área:

- Radio y Audio
- Televisión y Fotografía
- Cine y Edición en Video
- Así como un responsable del Almacén.

Actualmente en el Centro de Medios laboran seis personas.

Como ya se mencionó, todos ellos dependen de la Carrera de Comunicación, la cual está a su vez formada por un Director de la Carrera, una Coordinadora de la misma y el Director del Centro de Medios.

Los servicios que se ofrecen el Centro de Medios del Tecnológico de Monterrey son:

1. Producción en estudio de televisión.
2. Edición análoga y digital en video.
3. Producción de programas de radio.
4. Laboratorio de Cine y fotografía.

Cuentan con dos salas de edición análogas, para trabajar en formato super-vhs y, con dos digitales en donde se manejan formatos DV1 y Betacam. Además, cuentan con equipo de videograbación portátil, digital y análogo, que según nuestro entrevistado, puede ser usado por los alumnos, dentro y fuera de la escuela, requisando un formato específico. En el caso de cine, también cuentan con cámara de 16 mm. y equipo de iluminación; además, tienen todo lo necesario para edición en cine, como moviólas, editoras, etc.

En lo que se refiere a fotografía cuentan con el equipo adecuado para trabajar fotografía en color, blanco y negro y transparencias.

Existe un proyecto interno de Radio, el cual se transmite diariamente por circuito cerrado y, según información proporcionada por el Señor Jorge Cedeño, encargado del Almacén y por el Ing. Ángel Calzada, responsable de Televisión, en el mes de agosto de 1998, se iniciaron las transmisiones de televisión por circuito cerrado. Para este último proyecto, fueron convocados - para acudir a las reuniones informativas y de participación, así como para los castings - todos los estudiantes del Campus (sin importar la carrera).

Estas acciones demuestran que existe apoyo de las autoridades hacia proyectos promovidos en forma conjunta, entre profesores, alumnos y directivos. No obstante, los entrevistados indican que existe muy poco tiempo disponible para dar cauce a otros proyectos que se presentan.

Como en casi toda las Instituciones de Educación Superior del país, en el Tecnológico de Monterrey las autoridades y algunos maestros solicitan frecuentemente al Centro de Medios, la elaboración de producciones de todo tipo, incluyendo apoyos didácticos. Sin embargo, no todas pueden realizarse pues dependen del tiempo disponible y de los equipos que no se están usando.

El Centro y la Carrera de Comunicación han colaborado con diversas empresas privadas y públicas, para la producción a nivel profesional de videos industriales, institucionales y promocionales.

Al momento de la entrevista, el Director del Centro se encontraba incapacitado y la responsabilidad quedó en manos de la Lic. Dolores Ángeles, quien además es Coordinadora de la Carrera de Comunicación. A pesar de que se solicitó la entrevista en varias ocasiones con la Licenciada Ángeles, ésta tuvo que realizarse con el Ingeniero Ángel Calzada responsable de Televisión.

5.2.5. Universidad del Valle de México (Plantel Tlalpan)

La Universidad del Valle de México (Plantel Tlalpan) es otra de las Instituciones de Educación Superior del Distrito Federal que cuenta con un excelente Centro de Comunicación, en el cual se encuentran reunidas las instalaciones de Radio, Televisión y Fotografía, para que los alumnos de la carrera de Ciencias de la Comunicación, realicen sus prácticas.

Cuentan con cuatro cabinas de radio, de las cuales dos están completamente equipadas y son las que más se utilizan; las otras dos, se están remodelando para disponer de una adicional, para la producción de material radiofónico grabado y con otra para apoyar un proyecto de transmisión radiofónica interna a través de circuito cerrado (que hasta el día de la entrevista, no se había realizado).

Los equipos de estas cabinas, combinan elementos de tipo profesional y semiprofesional e incluso algunos caseros. Se distingue que su diseño responde más a criterios de tipo económico, que a fines pedagógicos o de producción profesional. El espacio de trabajo de cada una de ellas, tanto en la cabina de locución como en los controles de operación, es reducido y sólo permite la entrada de 2 o 3 alumnos. De la misma manera los accesos son limitados y las salidas de emergencia o señalamientos prácticamente no existen.

En referencia a las instalaciones de televisión, esta Universidad cuenta con un foro acondicionado con materiales acústicos adaptados (alfombra en paredes, cicloramas móviles, tubulares para iluminación, cortinas, etc.).

La cabina de controles de televisión cuenta con los equipos habituales (monitores, switcher, tituladora y controles de audio, entre otros) y se encuentra en un segundo nivel con conexión visual hacia el foro, reducida. La sección de videotape se encuentra en otra sala, semejando una televisora profesional, en donde la sección de transmisión está separada de los controles.

Cuentan además con otra sala de televisión recientemente equipada con dos islas de edición en las cuales un mayor número de alumnos pueden realizar sus trabajos de pre y post- producción.

En la entrevista con el Coordinador del Centro, Sr. Ángel Suárez - quien amablemente se prestó para guiarme por las instalaciones - señaló, que no se estableció, ni se ha establecido hasta la fecha un proyecto específico para la organización y funcionamiento del Centro y que sólo existe un estricto control de tiempos, pues la cantidad de alumnos de Comunicación es muy elevada y apenas se pueden dar abasto.

Si bien el Centro fue construido con base en el proyecto general de la carrera, internamente no se ha podido generar algún proyecto particular a través del cual se pretenda cubrir otro objetivo que el de brindar a los alumnos de Comunicación el servicio necesario para la realización de sus prácticas en radio, televisión y fotografía.

En forma muy similar a otras Universidades, el Centro de Comunicación de la UVM (Plantel Tlalpan) tiene la necesidad de cubrir, con mucha frecuencia, solicitudes de copiado, producción o post-producción de videos de autoridades, directivos y maestros. No obstante, jamás se ha establecido una metodología determinada para brindar este servicio y cuando se hace, tienen que elaborarse durante el tiempo en que los alumnos de Ciencias de la Comunicación no disponen de las instalaciones.

5.2.6. Universidad Intercontinental

La Universidad Intercontinental es otra de las grandes Instituciones de Educación Superior del Distrito Federal que cuenta con una Unidad de Comunicación y Medios en donde se encuentran concentradas sus instalaciones de radio, televisión y fotografía. Una característica particular de éste Centro o Unidad, es que además de contar con un buen equipo para que los alumnos de la carrera de Ciencias de la Comunicación,

realicen sus prácticas de radio y televisión, dispone también de un excelente equipo para realizar audiovisuales o prácticas de fotografía.

El espacio de la Unidad es sumamente amplio y permite una gran movilidad entre los usuarios. Cuenta con tres salas de radio en cuyo diseño se distingue una preocupación pedagógica que se refleja en la amplitud del área donde se encuentran los controles, aquí se construyeron algunas butacas, para que un mayor número de alumnos pueda tomar la clase en la misma cabina y de esta manera, mientras algunos están produciendo, el resto del salón puede observar a sus compañeros. El tamaño de la cabina de locución es, sin embargo, muy reducido y en ella pueden hacer sus prácticas un máximo de tres o cuatro alumnos.

El foro de Televisión es muy peculiar, ya que su diseño combina elementos geométricos ubicados dentro de un espacio de gran amplitud. En él se pueden incorporar hasta cuatro o cinco sets, en forma simultánea y su cabina de operación incluye gradas para alumnos que forman parte del grupo. Cuenta con equipo análogo y una muy buena instalación eléctrica para las lámparas de iluminación.

Ubicadas junto al foro se encuentran dos islas de edición y la Central de Transmisión, desde donde se transmite, por Circuito Cerrado, un programa de televisión diario, además de la señal de una antena parabólica. Cabe señalar que el programa diario es producido íntegramente por alumnos de la carrera de Ciencias de la Comunicación, quienes además lograron un patrocinio con una empresa importante de Línea Blanca la cual les construyó el set, a cambio de promocionar sus productos en cada emisión.

El equipo utilizado en las cabinas de radio y televisión, es similar al de otras Instituciones y se caracteriza por la combinación de elementos profesionales e industriales. El responsable de la Unidad de Comunicación y Medios es el Lic. Agustín Roman, quien por motivos de trabajo no pudo ser entrevistado y la entrevista fue asignada al Lic. Enrique Martínez Rivas.

5.2.7. Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán (ENEP, ACATLAN)

La ENEP - Acatlán que forma parte del proyecto de desconcentración de la Universidad Nacional Autónoma de México experimentado en los años setenta, es otra de las instituciones importantes del área conurbada de la ciudad de México que cuenta con una gran tradición y prestigio en el área de Periodismo y Comunicación.

En consecuencia, desde aquéllos años los responsables de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva, se preocuparon por gestionar ante las autoridades, la construcción y equipamiento de los talleres de radio, televisión y fotografía.

Cabe mencionar que, desde un inicio, estas instalaciones formaron parte de un proyecto común de laboratorios y talleres que pudieran dar un servicio integral a la comunidad académica y estudiantil del plantel; es por ello, que no sólo físicamente se encuentran junto a los talleres de Ingeniería y Mantenimiento, sino que su estructura organizativa y sus funciones se hallan integradas a la Dirección de Laboratorios y Talleres área que depende directamente del Director de la ENEP.

Su construcción y el sistema de funcionamiento, son muy similares a los de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, en donde existe la tendencia a unificar servicios para apoyar a las diversas carreras que se desarrollan en un mismo campus; por lo tanto los servicios que se ofrecen no son exclusivos de la Carrera de Periodismo y Comunicación, aunque sí es esta, la que más hace uso de ellos.

En la actualidad los Laboratorios de Radio, Televisión y Fotografía están compuestos por:

- Una cabina de radio, que en sus dimensiones muestra la preocupación por ser utilizada con fines pedagógicos o bien para poder dar cauce a diferentes eventos de

la propia institución. Tiene un cupo para aproximadamente 50 personas y zona para realizar dramatizaciones, tal y como se hacía en las primeras décadas de la radio.

En la cabina de controles existe el espacio suficiente para la interacción de 8 a 10 personas y el equipo con que cuenta es en su mayoría análogo, aunque existe la posibilidad de integrar equipos digitales más modernos.

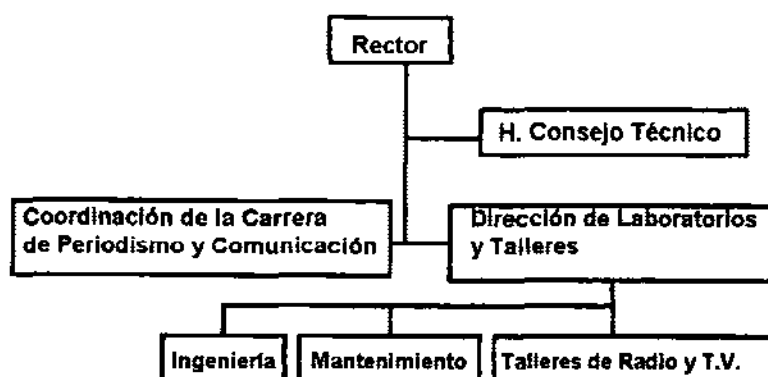
- En lo que se refiere a televisión cuentan con dos estudios completos. En el llamado Televisión 1, que es el más antiguo, se utilizan equipos de grabación, reproducción y edición de 3/4 umatic-SP, Super-Vhs, Hi-8 y Beta.

Cuentan también con tres cámaras de estudio y tres de locación, con las cuales se pueden realizar reportajes o videos documentales dentro y fuera de la Institución. Los sistemas de audio para televisión están alimentados por dos grabadoras de carrete abierto, deck, reproductor de discos compactos, así como del equipo de amplificación y monitoreo necesario para musicalizar y ambientar los programas que realicen los alumnos de la carrera de Comunicación.

En el taller de Televisión dos se cuenta con equipo Super Vhs y en el se han podido instalar algunos equipos novedosos como las computadoras para generar efectos especiales.

Como ya se mencionó, los talleres también brindan servicios a otras carreras. Dentro de los trabajos realizados destacan los de alumnos de Diseño Gráfico que en ocasiones llegan a producir audiovisuales o animaciones. También han tenido mucha participación los alumnos de Derecho, a través de la producción de videos motivacionales.

Su estructura de organización se presenta de la siguiente manera:



El sistema mediante el cual los alumnos pueden solicitar servicios, es el de apartado y el solicitante tiene que dejar su credencial para poder obtenerlo. Además los talleres son responsables del préstamo del equipo audiovisual, como proyectores, rotafolios etc.

En lo que se refiere a proyectos tendientes a reforzar la comunicación educativa, el Lic. Armando Gordillo Alonso quien laboro en los Talleres de 1991 a 1995, nos indica que se han diseñado diversos proyectos de esta naturaleza; tal es el caso de la propuesta que se le hizo al Consejo Técnico para instalar un circuito cerrado, con transmisiones de radio y televisión.

Este proyecto le fue encargado al Ingeniero Alejandro Bird y existían grandes expectativas, sin embargo debido a diversos problemas de continuidad de funcionarios universitarios el proyecto no se pudo concluir.

También se establecieron otros proyectos como el de Laboratorio de Audiovisuales que contaba con una sala de proyección y un ciclorama. También se creó la Biblioteca Computarizada y se implantó el proyecto de Educación a Distancia para lo cual se instaló una antena para comunicación por satélite.

5.2.8. Universidad del Tepeyac

Aunque en la Universidad del Tepeyac la carrera de Comunicación fue planteada desde inicios de los años setenta, no fue sino hasta 1977 cuando logra su incorporación oficial a la Secretaría de Educación Pública.

Desde aquel momento las autoridades se plantearon la necesidad de contar con las instalaciones adecuadas. Fue así como se construyeron las cabinas de radio, televisión y el laboratorio de fotografía. Cabe señalar que, a diferencia de las universidades mencionadas, la del Tepeyac ha ido adaptando espacios para la construcción de sus instalaciones de radio y televisión; es por eso que todas ellas se encuentran separadas y no están integradas en un Centro o Coordinación de Medios.

Es por este mismo motivo que no existe un puesto específicamente diseñado para controlar y administrar las instalaciones. El responsable de éstas es el Licenciado Ignacio Sánchez Ramos, Coordinador Académico de la carrera de Ciencias de la Comunicación quien designa como corresponsables y asesores técnicos a los maestros que imparten las materias de radio y televisión.

La estructura de la carrera esta además integrada por un Coordinador Administrativo y por el Director de la carrera el Lic. Pablo Castañón.

Las instalaciones de radio y televisión de la Universidad del Tepeyac constan de:

- ◆ Un estudio completo de Televisión que integra un foro de aproximadamente 30 metros cuadrados, dos cámaras de estudio marca Panasonic y una cabina de controles con switcher, tituladora, pull de edición y doblaje.

- ◆ Dos cabinas de Radio, una análoga y otra digital con algunas innovaciones recientes como un quemador reproductor de mini disc y el equipo necesario complementario.

- ◆ Una sala de audiovisual con lo necesario para proyectar los trabajos.
- ◆ Un laboratorio de fotografía para impresiones en blanco y negro.

Para que los alumnos puedan solicitar las instalaciones es necesario que hablen con el Coordinador Académico o bien con el maestro de la materia. No a todos los alumnos se les permite operar o manipular los equipos, únicamente lo hacen quienes cuentan con los conocimientos y experiencia necesaria.

No cuentan con un proyecto específico de organización y funcionamiento, lo cual genera que, por ejemplo, no utilicen un formato para registrar y organizar las solicitudes de los alumnos y sólo se tome como base la disponibilidad de horarios.

Uno de los proyectos más exitosos de radio y televisión fue el que se realizó para un examen final en el cual se produjo una película documental con la participación de maestros de las dos áreas señaladas y el de cine. El proyecto no dio buen resultado, pues no hubo coordinación entre los profesores encargados de aportar un servicio relacionado con cada una de sus áreas.

En forma muy similar a otras instituciones, en el Tepeyac las autoridades también se han visto en la necesidad de solicitar algún servicio de radio, televisión o fotografía a la carrera de Comunicación; sin embargo, debido al poco tiempo disponible y al elevado número de alumnos matriculados en la carrera (400 aproximadamente), estos casi nunca pueden realizarse.

Tampoco se ha efectuado un proyecto serio de transmisión por Circuito Cerrado en radio o televisión; no obstante que se realizan transmisiones esporádicas a la cafetería y cuando se organizan las Jornadas anuales de la carrera, se hacen circuitos cerrados de radio y televisión con horarios fijos.

Los proyectos a corto y mediano plazo (de acuerdo con lo señalado por nuestro entrevistado Licenciado Arturo Ruíz Velasco, maestro de Radio y encargado de las

cabinas) se encaminan a la adquisición de equipo más moderno. En Televisión se pretende adquirir una computadora y el equipo necesario para realizar edición no lineal; además, se pretende echar a andar un proyecto de circuito cerrado.

En lo que respecta a radio, se quiere construir y equipar una cabina completa de producción y otra para salida al aire.

5.2.9. Otras Universidades Particulares con Instalaciones de Radio y Televisión

Además de las instituciones mencionadas, en el Distrito Federal existen otras universidades particulares, que imparten la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y que, de una forma u otra, cuentan también con instalaciones de radio y televisión. Entre éstas encontramos las siguientes:

- Universidad del Distrito Federal (UDF)
- Universidad del Nuevo Mundo (UNUM) Campus Herradura y San Mateo
- Universidad Mexicana. (Planteles Izcalli, Polanco y Edo. de Veracruz).
- Universidad de la Comunicación
- Centro Universitario México (CUM)
- Universidad Tecnológica de México (UNITEC)
- Instituto de Estudios Superiores del Colegio Holandés
- Universidad Franco Mexicana
- Escuela de Periodismo "Carlos Septián García"
- Centro Cultural Universitario "Justo Sierra"
- Universidad Insurgentes
- Universidad Simón Bolívar
- Universidad de Periodismo y Arte en Radio y Televisión
- Universidad Latinoamericana
- Centro de Estudios de la Comunicación Social

- Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación
- Centro Avanzado de Comunicación
- Universidad de las Américas (Plantel D.F.)

Todas estas instituciones han sido consideradas a parte, debido a que, aún a pesar de que muchas de ellas cuentan con amplia experiencia y con instalaciones de radio y televisión, éstas todavía no son adecuadas, se encuentran en proyecto de construcción o no han generado proyectos específicos. Sin embargo, no por ello tienen menor significación. En todas ellas, se observa un interés marcado por mejorar sus instalaciones y los alumnos y profesores se encuentran trabajando en proyectos internos que con toda seguridad les llevarán a actualizar y completar en pocos años su infraestructura.

Tenemos por ejemplo, el caso de la Universidad Franco Mexicana ubicada en el norte de la ciudad de México, que recientemente implementó un sistema de radio a través de circuito cerrado.

Parecería que la construcción y equipamiento de instalaciones de radio y televisión en las Universidades, se encuentra directamente relacionada con la matrícula escolar y con los ingresos que cada institución percibe. Sin embargo, esto no es totalmente cierto pues encontramos muchas facultades que aún teniendo ingresos y matrícula baja, cuentan con muy buenas instalaciones. Y viceversa, instituciones como la Escuela Carlos Septién que cuenta con mucha tradición y con una matrícula notoriamente elevada, han decidido no invertir de manera notable en este rubro.

El problema fundamental recae en las autoridades, quienes tienen que hacerse conscientes de la conveniencia de dotar a la carrera de la infraestructura adecuada para que, por lo menos los alumnos puedan realizar sus prácticas como se requiere; cuanto más, si existe conciencia de los veloces avances tecnológicos y sobretodo la necesidad de que los egresados cuenten con la experiencia y conocimientos necesarios para participar con éxito en el mercado laboral.

Además, el hecho de que las Universidades con mayores recursos estén trabajando por dilatar su presencia en los medios de comunicación abierta - en lo que parecería un antiguo sueño que cada día se torna más real - permite afirmar que el mejoramiento y actualización de las instalaciones de radio y televisión de las escuelas y facultades de Ciencias de la Comunicación es una acción prioritaria que bien podría dirigirse, en un primer momento, a mejorar la comunicación que se presenta diariamente dentro de las propias instituciones.

5.3 La Radio y Televisión de la Universidad Salesiana

San Juan Bosco fundador de la orden de los Salesianos en el mundo y creador de un avanzado sistema pedagógico, basado en el uso de la fe, la razón y el amor, confió siempre en el aprovechamiento de los medios de comunicación en la educación. Él mismo se encargó de instalar una de las editoriales más significativas de su tiempo para difundir mensajes de carácter educativo y religioso entre los jóvenes.

Hoy en día la obra de los Salesianos se ha extendido por todo el mundo y una de sus características principales es la que detenta como principio fundamental, el uso de los medios de comunicación colectiva. Con más de 20 Universidades en el mundo, con 5 de ellas que imparten la carrera de Comunicación, estaciones de radio abierta (24 en América Latina) y una gran cantidad de casas editoriales, existe plena confianza de que la tecnología aplicada a los medios de comunicación electrónica, es la alternativa evangelizadora y educativa del Siglo XXI.

5.3.1 Antecedentes y Filosofía de La Universidad Salesiana

La Universidad Salesiana de la ciudad de México fue fundada en 1972. En aquellos años el país vivía las consecuencias de diversas reformas educativas, que se reflejaban en deficiencias en los planes y programas de estudio en la mayor parte de las

escuelas normales. Esto modificó no sólo las estructuras magisteriales, sino también los planes curriculares de los distintos niveles de educación. Los aspirantes a maestros o educadores tenían pocas opciones para cursar su formación profesional¹⁴¹.

En estas circunstancias, el surgimiento de la Universidad Salesiana (que nació además con el nombre de Instituto Universitario de Ciencias de la Educación (IUCE)) y cuyo principal objetivo, en la línea característica de los salesianos, era formar educadores comprometidos con el desarrollo integral de la comunidad, representó una coyuntura pertinente para todos aquellos maestros que pretendían continuar sus estudios universitarios.

Según Fernando Solana, *"una considerable proporción de quienes aspiran a la profesión magisterial proviene de familias de bajos ingresos"*¹⁴². Entonces, para muchos de ellos ha sido siempre difícil proseguir con su formación profesional, en opciones distintas a las que ofrecen las universidades públicas o privadas de enormes proporciones y con colegiaturas elevadas.

La Universidad Salesiana, con sus dos primeras carreras: Psicología y Pedagogía, las cuales iniciaron labores en el mes de diciembre de 1972, representó una excelente opción para todos aquellos aspirantes. En 1976 y para reforzar esta tendencia, se integró al proyecto, la carrera de Sociología con lo cual se cumplía favorablemente con los ideales de San Juan Bosco.

Con la firme voluntad de *"formar buenos cristianos y honestos ciudadanos"* la Universidad Salesiana se ha propuesto desde sus inicios *"ser la alternativa de la pequeña universidad frente al macro proyecto de las universidades públicas y algunas particulares, la alternativa de la universidad - familia, universidad - comunidad; la universidad de las relaciones primarias entre alumnos, profesores y autoridades (...) el*

¹⁴¹ Cfr. Solana, Fernando. "Tan Lejos como Llege la Educación" Ed. FCE México 1982. P.327.

¹⁴² Ibidem. P.326.

IUGE conserva su misión de abrir y estimular licenciaturas en función de las Ciencias de la Educación"¹⁴³

La filosofía de la Universidad Salesiana ha quedado signada en su lema: "**Vitam Impendere Vero**" (Consagrar la vida a la Verdad) que sintetiza el empeño de la vida Universitaria en esta máxima casa de estudios salesiana: "**estar presentes en la vida intelectual mexicana con una reflexión profunda sobre el hombre, el mundo y Dios**".

En la actualidad la Universidad Salesiana, ubicada en el corazón de los salesianos en México, el antiguo barrio de Santa Julia hoy colonia Anáhuac, ofrece seis opciones a nivel licenciatura: Psicología, Pedagogía, Ciencias de la Comunicación, Contaduría, Administración y Derecho.

5.3.2 La Carrera de Ciencias de La Comunicación en La Universidad Salesiana y sus Servicios de Radio y Televisión.

La carrera de Ciencias de la Comunicación fue integrada al proyecto académico de la Universidad Salesiana en 1985. Este hecho genera desde un inicio, la necesidad de contar con las instalaciones adecuadas para la enseñanza de esta disciplina.

Fue así como en 1988 y por intermediación del profesor Ernesto Peña, se instala el primer Laboratorio de Fotografía con material y equipo completamente nuevo, lo cual permite a los alumnos de las primeras generaciones adentrarse en la realización de imágenes fijas sobre papel y diapositivas.

Durante este año y el siguiente, y como consecuencia de la falta de instalaciones de radio, los alumnos de la primera generación (1985-1989), fueron invitados por el

¹⁴³ Boletín Salesiano. Entrevista al R.P.Lic. Theliam Argeo Corona Cortés, sdb. Rector de la Universidad Salesiana N°556 AñoXLV, Septiembre de 1995. P.21

profesor Julio Serna a realizar sus prácticas de radio en las instalaciones de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, en donde se grabaron algunos programas. También otras generaciones tuvieron la oportunidad de realizar algunos ejercicios de radio en el Grupo Radio Mil.

Las experiencias obtenidas en estas prácticas llevó a los alumnos de las dos primeras generaciones a promover la autorización ante el rector de la Universidad - en esa época - Dr. Roberto Guzmán Leal y la directora de la carrera de Ciencias de la Comunicación, Licenciada María Teresa Escudero Yerena, para la adecuación y utilización de un área en donde se pudieran grabar programas de radio y televisión con equipo que prestarían los propios alumnos.

El Doctor Guzmán Leal dio la autorización para hacer uso de un cubículo, ubicado en la planta baja, en donde se hicieron las primeras grabaciones de radio, para la producción de un programa denominado "Voz a Voz". La adaptación del cubículo, así como su equipamiento corrió a cargo de los alumnos de la primera y segunda generaciones.

En estas incipientes grabaciones, participaron también algunos alumnos de la tercera generación, que en ese tiempo cursaban el segundo semestre. Las grabaciones eran caseras por las características, calidad y nivel del equipo, sin embargo, fue lo que dio pie para que las autoridades comenzaran a pensar en la necesidad de adquirir el equipo adecuado.

En lo que se refiere a televisión, la situación fue más complicada pues los requerimientos técnicos eran más específicos y su costo, elevado. No obstante, los alumnos de la segunda generación se las arreglaron, para que con cámaras e iluminación casera, se pudieran producir algunos videos para la materias de publicidad y cine.

La realización de diversos eventos como un Festival Artístico y las Primeras Jornadas de Comunicación, la publicación de un Boletín llamado "*Informa IUCE*"; así como la entrada de la Licenciada Socorro García Tápia a la Dirección de la Carrera, además del decidido apoyo de los salesianos consagrados, permiten que en 1991 se construyera el primer estudio de radio con el equipo y las características necesarias para lograr una mejor calidad en la elaboración de programas.

En ese mismo año y con la firme decisión de las autoridades de construir el Laboratorio de Televisión, se adquirieron los primeros equipos de este medio de comunicación, consistentes en: dos cámaras de estudio, una mezcladora de audio y video, dos cámaras portátiles y dos videograbadoras de formato Super VHS. Sin embargo, debido a las rigurosas características técnicas necesarias para la construcción de este estudio, su edificación se aplaza por más de un año.

En 1991, se continúa con el ciclo de Jornadas Anuales de Comunicación con la entrada de la Licenciada Emma Gutiérrez a la Dirección de la Carrera. En ese mismo año y, gracias a la gestión del R.P. Lic. Miguel Bagatella Corte, Administrador de la Institución y de la Lic. Ana María González encargada de Relaciones Públicas, se inicia la construcción de las nuevas instalaciones o Laboratorios de Radio y Televisión, encargando el proyecto de equipamiento y diseño al Ingeniero Jesús Castro de la empresa Paso del Norte Comunicaciones. Además, los alumnos participan en certámenes de video inter-universitarios, logrando - la cuarta generación de la carrera - ganar el reconocimiento al mejor argumento para cortometraje, en un certamen organizado por la Universidad del Valle de México. Al siguiente año, se logra otro reconocimiento: la sexta generación de la carrera gana el premio al mejor video-clip en un concurso promovido por la Universidad Intercontinental.

Para 1993, son inaugurados formalmente los Laboratorios de Radio y Televisión de la Universidad Salesiana. Al evento acudió desde Italia, el R.P. Antonio Rodríguez Tallón SDB, quien manifestó que dichas instalaciones eran una muestra más, de la obra de Don Bosco dedicada a la educación de lo jóvenes.

Con motivo de este hecho, un grupo de exalumnos de la carrera de Ciencias de la Comunicación elaboró un programa especial de televisión, bajo la dirección de la maestra Ana Luisa González Castelán y con el apoyo técnico del Ingeniero Jesús Castro y de quien realiza este estudio. Al evento asistieron también representantes de los principales diarios de la capital mexicana.

Por su parte, los alumnos que cursaban el quinto semestre y que por primera vez se introducían en el mundo de la radio, produjeron un programa especial para la inauguración de las nuevas cabinas. También participaron en la inauguración alumnos del primer y tercer semestre de la carrera a los cuales, se les encargaron las labores de organización.

Durante los últimos seis años, los talleres han permanecido en operación constante brindando apoyo, no sólo a la Carrera de Comunicación, sino también a las otra cinco licenciaturas que se ofrecen la Universidad. En 1994 por ejemplo, fueron grabadas y editadas en los talleres, las intervenciones de algunos de los candidatos más importantes a la Presidencia de la República, quienes fueron invitados por alumnos de la Escuela de Derecho. A la Institución acudieron personajes como el Ing. Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano candidato a la Presidencia por el Partido de la Revolución Democrática o el Licenciado Pablo Emilio Madero. Además en ese mismo año fue invitado el Obispo de San Crístopal de las Casas Don Samuel Ruiz.

Durante los años siguientes se ha dado apoyo a todas carreras para el registro videográfico de sus jornadas anuales, a las cuales se invita siempre a personalidades de la administración, jurisprudencia, educación, contaduría y psicología.

Desde su inauguración se ha asesorado y apoyado a los alumnos de la carrera de Pedagogía de diversos semestres, para la realización de programas de radio y televisión para la materia de Comunicación Educativa.

Es importante mencionar que las instalaciones de radio y televisión de la Universidad Salesiana, también brindan apoyo a las otras secciones que conforman la Comunidad Educativa que incluye: primaria, secundaria, preparatoria, pastoral juvenil y universitaria. En este sentido se ha brindado un gran apoyo a la Preparatoria IUCE con la grabación y edición de eventos como misiones, festivales, campamentos, ceremonias, etc.

De igual modo, se ha trabajado con alumnos de primaria en el conocimiento y producción de programas de Radio y Televisión con el asesoramiento de estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación. Los excelentes trabajos realizados por los alumnos de educación básica mostraron la enorme utilidad pedagógica de las instalaciones.

Otro aspecto que ha incrementado la utilidad de los laboratorios, fue la llegada en 1996, del Maestro David Frago Franco a la Dirección de Ciencias de la Comunicación. Bajo su gestión se ha impulsado la práctica, en forma significativa, a través de la emisión de programas de Radio y Televisión en vivo, por circuito cerrado, convirtiéndose en una actividad indispensable para los alumnos que cursan materias de estos dos medios o algún taller relacionado.

Asimismo, se ha promovido la formación de una Hemeroteca dentro de las instalaciones destinadas a Taller de Prensa. La Hemeroteca, que es controlada por la carrera de Comunicación, ha venido formándose con la colaboración de directivos, maestros y alumnos, generando una buena demanda entre los estudiantes las seis carreras que se imparten en la Universidad. Destaca la labor llevada a cabo por el profesor Gustavo Antonio Rangel para conformar este acervo.

No puede dejar de señalarse que el nombramiento del R.P. Lic. Thelán Argeo Corona Cortes SDB, como Rector de la Universidad, desde 1995, dio un fuerte impulso a los Laboratorios de Radio y Televisión de la Universidad. Su conocimiento y enorme gusto por la comunicación, le llevaron a gestionar de inmediato la actualización de los talleres de radio y televisión, para no dejarse rebasar por los veloces adelantos

tecnológicos de la actualidad y por el incremento en el número de alumnos y actividades.

El Laboratorio de Fotografía, por ejemplo, que durante muchos años ha dado servicio a los alumnos de la preparatoria y la universidad, realizando una gran cantidad de trabajos, será actualizado en poco tiempo. Lo mismo sucede con los talleres de radio y televisión que cuentan ya, con una cabina más de radio y siete islas de edición para televisión.

Como se observa la utilidad de las instalaciones de Radio y Televisión de la Universidad Salesiana se incrementa día con día, a grado tal que el Director de la Carrera de Comunicación determinó que los talleres se constituyeran (dentro de la estructura de la carrera) como una Coordinación o Centro de Medios; nombre que adoptan actualmente estos talleres, junto con el de fotografía. Con esto, se confirma la importancia, de que cualquier institución educativa cuente con ellas, para el establecimiento de proyectos que permitan fortalecer la Comunicación Educativa que tanto hace falta en nuestro país.

También es valioso tomar en cuenta, que no sólo es imprescindible contar con las instalaciones; es necesario, además, el establecimiento de un Plan de Organización y Funcionamiento, que permita dirigir todas estas actividades para alcanzar objetivos concretos y solucionar en forma paralela, todos aquellos problemas que hasta la fecha se han venido generando, los cuales se detallan a continuación.

5.3.3 Situación Actual de Los Talleres de Radio y Televisión de la Universidad Salesiana de México.

- HORARIO

Los laboratorios funcionan de Lunes a Viernes de 16:00 a 21:00 hrs, y en situaciones extraordinarias, en las que se requiere realizar trabajos especiales o urgentes para las autoridades de la Institución, se modifica el horario mencionado o se realizan actividades el día Sábado de las 8:00 a las 13:00 hrs.

- FUNCIONES

Las funciones que se llevan a cabo en los Laboratorios son las siguientes:

A) Asesoría y apoyo técnico especializado a maestros y alumnos de la carrera de Comunicación que requieren realizar sus prácticas en ellos.

B) Producción, grabación, transmisión y copiado de programas de radio y televisión en estudio para cubrir principalmente las necesidades académicas de la Carrera de Comunicación. También se producen y graban programas especiales para apoyar a las otras carreras de la Universidad, siempre y cuando estén disponibles las instalaciones.

C) Transmisión de programas de radio y televisión por circuito cerrado, producidos por maestros y alumnos de comunicación que cursan las materias respectivas o talleres especiales.

También se lleva a cabo la coordinación y supervisión de las transmisiones de Radio Salesiana, la cual fue generada en 1996, a raíz de una propuesta de los alumnos de Comunicación. Actualmente Radio Salesiana transmite por lo menos cuatro veces a la semana y en ella pueden participar alumnos de cualquier semestre de Comunicación

o bien alumnos de otras carreras que estén interesados en participar. Resaltan las labores de coordinación que se realizan para poder participar en el proyecto impulsado por el Maestro Claudio Lenk, Comunicación Abierta de Televisa Radio.

D) Registro audio y videográfico de eventos académicos, religiosos, deportivos y culturales generados dentro del ámbito de la Universidad, en particular y de la Comunidad Salesiana de Santa Julia, en general.

E) Producción de programas de radio y televisión de carácter educativo y cultural, para apoyar a las secciones de primaria, secundaria y preparatoria; así como producción de videos institucionales, industriales, promocionales o educativos solicitados por instituciones y empresas externas que acuden en busca de apoyo.

Estas funciones se realizan con base en:

A) Los horarios asignados a las materias y talleres de radio y televisión, de acuerdo al Programa de Estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación.

B) La solicitud de servicios de autoridades, profesores o alumnos de la carrera mencionada, así como de otras carreras.

C) Los horarios dispuestos para los proyectos de comunicación interna como Radio y Televisión Salesiana. (Las materias de radio y televisión, por ejemplo, tienen como requisito, transmitir en cada sesión un programa en vivo).

D) Las solicitudes de instituciones o empresas externas que desean hacer uso de las instalaciones o bien, la producción de algún material específico.

- SERVICIO:

El servicio que se otorga consiste en:

Asesorar y apoyar la realización de prácticas de los alumnos de Ciencias de la Comunicación.

El profesor titular de la materia coordina el proceso de producción, previa enseñanza teórica de él mismo, incluyendo las tres fases: pre-producción, producción y post-producción, en donde se consideran todos los aspectos necesarios. En los estudios se brinda el apoyo técnico y la asesoría necesarios para la grabación y transmisión de los programas.

Este servicio depende de la capacidad instalada de las cabinas, que consiste en:

LABORATORIO DE TELEVISIÓN

1. Foro con la capacidad suficiente para el montaje de tres sets simultáneos y cabina de control con cinco máquinas de video en los siguientes formatos: VHS, Super VHS, 8 mm., Hi - 8. Además se cuenta con la posibilidad de hacer transfers o grabaciones en formato Beta, aunque no es muy frecuente debido a la baja calidad de este formato.
2. Sistemas de Monitoreo de Audio y Video de calidad semiprofesional, así como parcheos para ambos sistemas.
3. Instalación de iluminación con cuatro fresneles profesionales y cuatro lámparas de cuarzo portátiles.
4. Material para la creación de escenografía y colocación de tres sets simultáneos.
5. Equipo portátil consistente en dos cámaras en formato hi-8 y una Super Vhs, para la video grabación de conferencias, seminarios, jornadas y eventos culturales.
6. Cuatro videograbadoras VHS para realizar transfers de películas educativas, culturales y científicas de apoyo académico.

7. Isla de edición lineal y no lineal, con posibilidades de ensamble e inserciones de audio y video en línea, así como postproducción en general.
8. Seis islas de edición no lineal computarizada con capacidad de 10 GB en disco duro y procesador de 650 mhz.

LABORATORIO DE RADIO

1. Estudio completo de audio con dos cabinas.
2. Grabación analógica y digital en grabadoras profesionales de carrete abierto de 1/4" o bien en cassette de audio (convencional) y dos cartucheras digitales. Se cuenta además con dos computadoras y software de edición, una grabadora DAT y una en Mini disc.
3. Posibilidad de reproducción de discos compactos, casetes de audio, discos de acetato, cartuchos y cintas de 1/4".
4. Dos consolas mezcladoras de 16 y 24 canales y sistemas de monitoreo profesional.

- FUNCIONAMIENTO:

Para su operación, los estudios cuentan con un Reglamento Interno, un inventario y distintos formatos de registro, solicitud de servicios y bitácora de operación. Las solicitudes pueden ser realizadas por autoridades superiores, directores de carrera, docentes y alumnos; en este último caso se deberá contar con autorización especial.

- PRIORIDADES:

Los laboratorios de radio y televisión de la Universidad Salesiana fueron creados para cubrir las siguientes necesidades:

A) Permitir a los alumnos de la carrera de Ciencias de la Comunicación realizar prácticas con un alto nivel profesional, de las enseñanzas teóricas impartidas en las materias y talleres de radio y televisión.

B) Como un apoyo académico, cultural y científico a las necesidades de la Institución y de la comunidad en general.

- PERSONAL ACTUAL:

A) Coordinador de Medios.

Funciones:

- Diseñar y proponer proyectos que incidan en el mejor rendimiento de los alumnos y en el uso óptimo de los talleres (Centro de Medios).
- Coordinar y organizar las actividades en ambos laboratorios.
- Hacer cumplir el reglamento.
- Vigilar que la operación de los equipos especializados se lleve a cabo de forma correcta.
- Mantener equipos y material en óptimas condiciones.
- Asesorar y dar apoyo técnico a directivos, profesores y alumnos.
- Reportar a las autoridades cualquier deterioro en el mobiliario y equipo.
- Adquirir material o equipos necesarios para la actualización permanente del Centro de Medios.

B) Asistente de Radio

Funciones:

- Operar los equipos de audio (consola, deck, tomamesa, CD., etc.)
- Asesorar y dar apoyo técnico en audio a directivos, profesores y alumnos.

- Colaborar con el coordinador de los laboratorios en el mantenimiento del equipo, la disciplina en el interior de los laboratorios y la orientación teórica y técnica que requieran los profesores y alumnos.

B) Asistente de Televisión

Funciones:

- Operar los equipos de Televisión y vigilar el buen uso del laboratorio.
- Asesorar y dar apoyo técnico en televisión y video a directivos, profesores y alumnos.
- Colaborar con el coordinador de los laboratorios en el mantenimiento del equipo, la disciplina en el interior de los laboratorios y la orientación teórica y técnica que requieran los profesores y alumnos.

El equipo (aparatos) con que cuentan actualmente los estudios de radio, televisión y fotografía de la Universidad Salesiana permiten la producción de programas en vivo y grabados de muy diversos géneros como:

Educativos.

Noticiosos.

Infantiles.

Paneles o foros.

Spots promocionales.

Documentales.

Vídeo memorias.

Misceláneos (varios).

- Limitaciones:

1. Falta de recursos humanos propios para garantizar el mantenimiento periódico de los equipos e instalaciones, así como la producción de programas institucionales.
2. Falta de personal que permita mejorar el servicio en cada taller, así como para generar nuevos proyectos y realizar acciones de extensión y vinculación con otras universidades.
3. Escasa participación de alumnos: generalmente los alumnos de la carrera de Comunicación no participan (salvo en casos especiales) en la producción o grabación de programas y eventos de las otras secciones o de instituciones y empresas que demandan los servicios.

- Principales Problemas:**1. Saturación de Horarios:**

Actualmente los horarios en que se ofrece el servicio se encuentran saturados, lo cual impide:

- ⇒ Cubrir adecuadamente las solicitudes de alumnos, maestros, directivos o solicitantes externos.
- ⇒ Asesorar personalmente a los alumnos para mejorar el nivel de las producciones, evitando el uso inadecuado del equipo.
- ⇒ Llevar a cabo proyectos internos como: videoteca, catalogación, rentas y mantenimiento periódico programado.
- ⇒ Planear y reorientar los servicios hacia el fortalecimiento de la Comunicación Educativa interinstitucional.

2. Limitaciones Técnicas:

El equipo e instalaciones con que se cuenta actualmente, a pesar de ser modernos y suficientes, son de nivel semiprofesional lo cual ocasiona:

- ⇒ La necesidad de unir las áreas de producción en video y audio a las de Televisión y Radio respectivamente.
- ⇒ El trabajo simultáneo de equipos de producción.
- ⇒ Dedicar tiempo a la producción de programas que serán transmitidos en vivo, por ejemplo, Radio Salesiana o las participaciones en el Grupo Televisa Radio.
- ⇒ La producción y transmisión de programas con mejor calidad.
- ⇒ La enseñanza en condiciones lo más cercano posible, a las de estaciones profesionales de radio y televisión.

3. Recursos Humanos:

El personal con que se cuenta actualmente es insuficiente, lo cual impide:

- ⇒ Brindar a los alumnos asesorías personalizadas evitando el mal uso de los equipos.
- ⇒ Dedicar tiempo a la planeación y control de los servicios
- ⇒ Incrementar el servicio de renta de instalaciones para obtener recursos que garanticen el mantenimiento y adquisición de material.
- ⇒ Instaurar servicios complementarios de apoyo como: videoteca, audioteca, etc.

CAPITULO 6

PROPUESTA TENDIENTE A APROVECHAR LA CAPACIDAD INSTALADA DEL CENTRO DE MEDIOS DE LA UNIVERSIDAD SALESIANA PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN EDUCATIVA INSTITUCIONAL.

En los capítulos anteriores se ha realizado una descripción de la situación general de la radio y la televisión en México, tratando de destacar aquellos intentos encaminados a aprovechar -para la educación y la cultura - el enorme potencial que poseen. De igual forma, se han querido esbozar las características de los procesos educativo y de comunicación para encontrar sus diferencias y similitudes.

Bajo estas consideraciones, se realizaron diversas entrevistas a personal responsable de las Instalaciones de Radio y Televisión de algunas Universidades Públicas y Privadas del Distrito Federal para conocer su forma de trabajar, la capacidad de su infraestructura y los proyectos y expectativas a futuro.

Toca el turno a la propuesta de la Universidad Salesiana que, partiendo de todas las consideraciones anteriores permita establecer metas y objetivos realistas, a través de acciones concretas en donde participen grupos estratégicos con funciones claramente definidas. Se parte de la premisa fundamental que considera necesario el que todas aquellas Instituciones Educativas -principalmente las Universidades que cuentan con la carrera de Periodismo o Ciencias de la Comunicación y que además tienen Talleres de Radio y Televisión - aprovechen al máximo sus instalaciones para fortalecer la Comunicación Educativa Institucional.

Una idea que alimenta esta propuesta es sin duda la influencia de San Juan Bosco quien en 1883 y haciendo referencia a su importante trabajo editorial le comento a Don Aquiles Ratti - futuro Pio XI - *"En esto, Don Bosco quiere estar siempre a la vanguardia del progreso"*¹⁴⁴. Así, el santo expresaba su visión optimista de la técnica al

¹⁴⁴ Videia, Alfredo *"Vida de San Juan Bosco"* Editorial Don Bosco, Chile, 1999. Pág.. 106.

servicio de la comunicación social y del Evangelio, además de dar la pauta para que todas las obras salesianas del mundo aprovecharan los adelantos de la tecnología.

1. CONSIDERACIONES INICIALES DE LA PROPUESTA

De acuerdo con los datos que aporta la presente investigación, se detectó que las Universidades que han construido y equipado talleres o laboratorios de televisión y radio, a través de sus escuelas y facultades de Periodismo y Comunicación, se encuentran en una posición privilegiada; ya que tienen la posibilidad de desarrollar proyectos de carácter educativo y cultural.

El estudio reveló que, la mayoría de las instalaciones de radio y televisión de las universidades particulares de la Zona Metropolitana, son utilizadas principalmente para que los alumnos de la carrera de Ciencias de la Comunicación realicen sus prácticas de producción, con base en criterios académicos similares. No obstante, en todas ellas se han desarrollado actividades tendientes a generar programas didácticos, educativos y culturales que, debido a diversos factores entre los que se encuentran la falta de apoyo de las autoridades, tiempo o recursos, han tenido que suspenderse, antes de poder integrarse como proyectos.

El principal obstáculo que enfrentan estas instituciones, es el de la continuidad, ya que la mayoría de las acciones mencionadas, no resultan de una planeación a largo plazo y, tanto sus recursos humanos como materiales, son limitados y están sujetos a los calendarios escolares, lo cual redundará en acciones que lamentablemente tienen que ser interrumpidas. A estas dificultades se suman otras como la calidad técnica de las producciones, el poco tiempo del que se dispone para desarrollar proyectos diferentes a los del plan curricular de la carrera de Ciencias de la Comunicación o el poco compromiso de los recursos humanos, que por lo general son estudiantes.

La siguiente propuesta, dirigida hacia el *aprovechamiento de la capacidad instalada de los Laboratorios de Radio y Televisión de la Universidad Salesiana*, tiene como motor fundamental, el reclamo de infinidad de pedagogos, padres de familia, representantes sociales y comunicadores interesados en hacer un uso racional y provechoso de ambos medios de comunicación; ya que, para nadie es desconocido el uso actual que de ellos se hace.

En esta se considera como indispensable, que las instalaciones mencionadas establezcan proyectos dirigidos a: *influir positivamente en los receptores mediante procesos que permitan mejorar la comunicación educativa que se genera, todos los días, en el interior de las instituciones*. En este sentido, la visita a las distintas Escuelas y Facultades de Comunicación, demostró que, si bien existen acciones de este tipo, ninguno de ellos se ha enfocado hacia un objetivo que pretenda influir en las necesidades de comunicación intermedia.

En el caso de la Universidad Salesiana de la ciudad de México, el hecho de contar con las instalaciones, favorece la idea de introducirse en el terreno de la Comunicación Educativa, ya que a diferencia de muchas otras instituciones de educación superior, ésta forma parte de una comunidad educativa que incorpora desde el nivel básico (primaria) hasta el de estudios superiores. Esta situación le permite dirigir sus esfuerzos hacia el apoyo educativo y comunicacional en prácticamente todos los grados educativos.

Muchas iniciativas, proyectos o programas que surgen en la sección universitaria del Colegio Salesiano se han implementado con éxito en otras secciones; tal es el caso de algunos programas de orientación vocacional surgidos de la Escuela de Pedagogía; la labor que desempeña el CAPSIC (Centro de Ayuda Psicológica a la Comunidad), a través de la Escuela de Psicología o trabajos intermitentes de las carreras de Derecho y Ciencias de la Comunicación.

Esto significa que cuando en una institución -como la Universidad Salesiana- confluye el desarrollo de diferentes niveles educativos, existe un contexto educativo-

comunicacional favorable, que permite el aprovechamiento de todos los medios de comunicación al alcance para mejorar y fortalecer esa interacción pedagógica. Cabe señalar que en la Universidad Salesiana esta interrelación diaria, se encuentra dirigida por una filosofía con sustento histórico, moral y predominantemente educativo.

Base Metodológica

Para hacer viable la propuesta se ha tomado como base teórica metodológica la Comunicación Educativa, área interdisciplinar en donde, como ya se mencionó, figuran tres ejes fundamentales de acción:

1. La Educación por o con los Medios, que se refiere al aprendizaje para la utilización de los lenguajes y técnicas características de cada medio para la realización de programas educativos y culturales de radio y televisión
2. La Educación para la Recepción o para los medios; es decir, el aprendizaje de las características y lenguajes de los medios, para la formación de receptores críticos capaces de descifrar el contenido de los mensajes que se transmiten.
3. Y el uso de los medios para educar

EDUCACIÓN CON LOS MEDIOS

En lo que se refiere a este primer eje de acción, es preciso señalar que la Universidad Salesiana ha logrado acumular ya, cierta experiencia. Esta condición, sin embargo, no es exclusiva y se puede afirmar que en la actualidad son muy pocas las escuelas que no han incursionado en este terreno.

Como ya se mencionó a lo largo del trabajo, el veloz desarrollo de los medios de comunicación y la certeza que ocasionó - en los setenta- la llamada Tecnología

Educativa, motivó a los directivos y profesores de diversos niveles educativos a utilizar distintos medios audiovisuales en el proceso de enseñanza - aprendizaje.

Del mismo modo, el nacimiento y proliferación de la carrera de Ciencias de la Comunicación, incrementó este interés y provocó que la mayoría de las Universidades mostraran una marcada inclinación por el uso de diapositivas, acetatos, el audiocassette o el video para introducirlo en las aulas. Y aunque los criterios y metodología para su uso eran muy heterogéneos, en todos los casos el esfuerzo estaba encaminado a mejorar el aprendizaje.

Con el correr del tiempo, no sólo la tecnología a despuntado. Los precios de los equipos de buena calidad - que antes eran prohibitivos- ahora son más accesibles. También los docentes e investigadores han reflexionado un poco más acerca de su uso y en consecuencia, se han intensificado los estudios e incluso han surgido especialistas en Comunicación Educativa, que proporcionan la base que han de tomar en cuenta los educadores y comunicadores para sus labores diarias.

Podemos mostrar como ejemplo, la enorme difusión y desarrollo de la Educación a Distancia en donde hemos pasado ya de la correspondencia epistolar a las audiokonferencias multipunto, vía telefónica o, más recientemente, al uso de herramientas vía internet como, el Net Phone que permite mantener conversaciones en tiempo real, de voz e imagen, a través de dos computadoras similares.

Como puede observarse, sería un error el que las instituciones educativas no aprovecharan todos estos recursos. Sobretudo cuando no existe ya ninguna duda de que la educación debe ser un proceso de comunicación, de diálogo. Por tal motivo y en mayor o menor grado, todas las instituciones de educación, tanto públicas como privadas, han tenido alguna experiencia. Ahora bien, si a esto se suma el hecho de que en muchas Universidades existe la carrera de Ciencias de la Comunicación y, además cuentan con instalaciones de radio, fotografía o T.V., las condiciones son óptimas. Y tal

es el caso, de la Universidad Salesiana, en donde se propone el diseño y desarrollo de los siguientes proyectos de Educación por los Medios:

- Aprovechar los servicios de transmisión satelital que ofrecen diversas instituciones gubernamentales, paraestatales, civiles e instituciones de educación superior de gran prestigio.
- Hacer común el uso de apoyos didácticos producidos en televisión, video y radio con el apoyo de las instalaciones con que cuenta la universidad.
- Permitir que los alumnos se capaciten en el uso de estos medios para que muchos de sus trabajos, tareas o inquietudes sean canalizadas a través de estos dos medios.¹⁴⁵
- Evaluar los proyectos de Educación a Distancia de otras universidades, que hacen uso de la radio y la televisión para el establecimiento de un proyecto propio.

EDUCACIÓN PARA LA RECEPCIÓN

En este segundo eje de acción se propone lo siguiente:

- Detectar mediante encuestas periódicas, los programas de radio y televisión más escuchados y observados por las distintas secciones que conforman la comunidad educativa salesiana (primaria, secundaria, preparatoria y universidad). Podría iniciarse, a manera de ensayo piloto, con los alumnos de la misma Escuela de Comunicación.
- Codificar y separar por género cada programa.

¹⁴⁵ Según un artículo de Stephen Jacobs, publicado en la revista "Videomaker" del mes de septiembre de 1994, muchos maestros de Estados Unidos están proporcionando a sus alumnos de secundaria y preparatoria una invaluable instrucción para la producción en video, así como para el uso de la gramática que es requerida para emitir mensajes a través de este versátil medio de comunicación. Revista Videomaker, USA, septiembre de 1994, pág. 70.

- Efectuar grabaciones de algunos de estos programas y analizarlos mediante sesiones programadas, organizadas por el Centro de Medios de la Universidad Salesiana. Se sugiere la participación conjunta de alumnos, maestros y padres de familia (en el caso de las secciones de primaria y secundaria). Un aspecto de vital importancia es la participación de representantes de la carrera de pedagogía y psicología, quienes podrían aplicar muchos de sus conocimientos al análisis; pero sobretodo a las conclusiones o propuestas que se generen.
- Emitir un informe o relatoría de la sesión de análisis y de las conclusiones y propuestas que se generaron, para que cada participante asuma un compromiso específico que puede traducirse en un plan o proyecto determinado. A efecto de evitar la discusión estéril, se propone la participación de un moderador conocedor del tema y que cada sesión sea considerada dentro de los programas o planes de estudio para que sea sensible a la evaluación.
- Se sugiere la utilización de una cédula o, formato para los participantes, que contenga las variables básicas que permitan la evaluación y el análisis.

ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO QUE PERMITAN IMPLANTAR LA PROPUESTA

Ernest Dale ha señalado que *"La palabra organización al aplicarse a los esfuerzos de dos o más personas, se ha definido de numerosas y diversas maneras. Por ejemplo, se le ha llamado un sistema de comunicación, un medio para la resolución de problemas y un recurso para facilitar la toma de decisiones".*¹⁴⁶

¹⁴⁶ Dale, Ernest. "Organización" Editora Técnica, México, 1982. pág.9.

El presente Plan de Organización y Funcionamiento del Centro de Medios de la Universidad Salesiana tiene como base los siguientes principios:

1. Las autoridades deben estar convencidas de que el Plan provocará un cambio y un proceso permanente de mejora continua; por ello su participación es fundamental.
2. El Plan debe considerar como punto de partida la filosofía y principios básicos de la Institución para proyectar una misión común, que genere objetivos claros y cuantificables.
3. También debe considerar, como lo más importante, las expectativas de los usuarios de los servicios (alumnos, docentes, directivos y usuarios externos) quienes, en su mayoría, se encuentran involucrados en un proceso permanente de enseñanza aprendizaje que implica el mejoramiento de la comunicación institucional.
4. Recuperar todas las experiencias y proyectos similares que se hayan generado anteriormente.
5. Finalmente debe considerar los principios de cualquier Universidad, los cuales pueden resumirse en el siguientes postulados: Investigación, Docencia y Difusión de la Ciencia y la Cultura.

MISIÓN DEL CENTRO DE MEDIOS DE LA UNIVERSIDAD SALESIANA

Cubrir al 100% las solicitudes de servicio, otorgando la orientación y asesoría necesarias para producir trabajos que satisfagan las expectativas de los usuarios y que incidan favorablemente en el terreno de la comunicación educativa Institucional.

VISIÓN DEL CENTRO DE MEDIOS DE LA UNIVERSIDAD SALESIANA

Constituirse en el Primer Centro de Medios de una Universidad Particular con la capacidad suficiente para brindar servicios con calidad y oportunidad fortaleciendo la Comunicación Educativa y los principios y valores salesianos entre los integrantes de la comunidad en general.

FASES DEL PLAN

1. Etapa de autorización
2. Etapa de Diseño del Plan
3. Ejecución
4. Consolidación

Etapa de Autorización

Se programara una reunión entre los principales directivos de la institución, para exponer las características del plan permitiendo su participación y compromiso.

Diseño del Plan

Se formara un equipo de proyecto que se encargará de verificar los principales problemas del centro, los procesos más importantes y planteará las posibles soluciones de mejora. Este equipo estará integrado por:

- El director de la carrera
- Un representante de los maestros
- Un representante de los alumnos.
- y por el personal que actualmente labora en el Centro.

Ejecución del Plan

Se pondrán en práctica las soluciones planteadas teniendo siempre como finalidad el objetivo de mejorar y fortalecer la comunicación educativa interinstitucional y, considerando que los resultados deben ser cuantificables.

Consolidación

Establecer los mecanismos que permitan establecer la mejora continua de los servicios que se prestan en el Centro de Medios.

Finalmente el proyecto de Organización y Funcionamiento de la Coordinación de Medios de la Universidad Salesiana debe insertarse dentro de un Plan Global de Cultura que considere los siguientes aspectos fundamentales:

- Observar la cultura no sólo como *"la suma de ideas de un tiempo determinado"* sino en un sentido mucho más amplio, que considere también la acción social del hombre que piensa, cree, habla, educa y produce; y al hacerlo lleva a cabo un acto comunicativo con determinadas intenciones y significaciones.
- Esto comprende planear las actividades en función de las expectativas culturales de la Institución (directivos, docentes y alumnos) y del país (comunidad, colonia, familia, consumo, filiación política, etc.). A efecto de guiar y dirigir este esfuerzo, se pueden comprender las *expectativas culturales* como valores asimilados y asumidos por la comunidad universitaria en general. Vrg. Rescatar las costumbres y tradiciones de los diferentes segmentos que conforman a la sociedad mexicana; analizar y difundir con objetividad y sentido crítico las diversas manifestaciones del arte y la cultura contemporánea.(Música, danza, pintura, escultura, etc..)
- Comprender la cultura como un proceso formativo constante que requiere no sólo de medios de comunicación que difundan información, entretenimiento, conocimientos o noticias, sino que estas noticias o mensajes puedan ser reelaborados por los receptores y que fructifiquen en acciones concretas de apoyo, repudio, aceptación o rechazo. La intención fundamental es la de crear conciencia en la comunidad universitaria de la posibilidad de participar verdaderamente en el proceso de comunicación como emisores y receptores y no sólo como receptores pasivos.

CONCLUSIONES

De acuerdo con el análisis y resultados obtenidos en la presente investigación, se concluye lo siguiente:

1. Para los individuos la comunicación es un proceso esencial, que determina sus peculiaridades culturales. El proceso de comunicación mismo, como núcleo de las relaciones sociales institucionalizadas, es un hecho cultural que para su desarrollo requiere de un mecanismo de enseñanza – aprendizaje que permita la transmisión de ideas, conocimientos, costumbres y valores de una generación a otra.
2. Se puede entender que no todo tipo de comunicación es de carácter educativo, pero la educación, para poder llevarse a cabo, requiere siempre de un proceso de comunicación y de las características que adopte este proceso, dependerá el modo de educar. En consecuencia la educación, precisa y se halla influenciada por todos aquellos elementos y medios necesarios para la transmisión e intercambio de códigos y saberes susceptibles de ser aplicados en la vida cotidiana.
3. Al vínculo natural y necesario que se presenta entre educación y comunicación se la ha llamado Comunicación Educativa. Se ha decidido de esta manera, no sólo para distinguirlo de otros procesos de intercambio que únicamente pretenden manifestar una emoción o sentimiento, sino para definirlo, como aquel que tiene la intención primordial de modificar a otra persona y motivarla a la acción.
4. La comunicación educativa, entendida como un área interdisciplinaria, intenta aprovechar, estudiar y proponer soluciones a los problemas que surgen de la relación comunicación - educación. Además, pretende lograr un equilibrio entre el educador y el educando. Una relación balanceada que permita a estos dos elementos, comunicarse en los mismos términos, con los mismos signos y a través de los mismos conductos o medios.

5. Es obvio que no siempre se ha logrado este equilibrio y, menos aún, en la actualidad, en donde la enorme influencia de los medios de comunicación electrónica (radio, televisión e informática)^{*} intensifican esta desigualdad, provocando una de las paradojas más conocidas del siglo XX, en la cual, si bien existe mayor información que es útil a determinados grupos sociales, también se manifiesta un crónico proceso desinformativo que afecta a los estratos más vulnerables de la sociedad.
6. En particular la radio y la televisión se han convertido en poderosos instrumentos de transmisión de información que distorsionan y fragmentan los procesos educativos que se presentan en el hogar, la escuela y todas aquellas instituciones y organizaciones que tienen un fin educativo. Estos funcionan como verdaderos entes educadores y las instituciones educativas - que representan la más poderosa resistencia para equilibrar la inercia mediática - no han podido concluir aún el proceso a través del cual han de considerar y aprovechar este enorme poder.
7. Es por eso que muchos educadores afirman que los medios han desplazado a la escuela como una de las principales instancias formadoras del ser humano y, es también por ello que, desde los cincuenta, surge el deseo de estudiar, analizar y aprovechar su poder persuasivo. Dos décadas adelante nacería la Comunicación Educativa como disciplina científica y tecnológica.
8. En este contexto se percibe una disociación en el terreno de los medios electrónicos: por un lado, se encuentra la radiodifusión enfocada a difundir diversión, información y entretenimiento y, por otro, aquella que pretende brindar a su auditorio los referentes científicos, culturales y en general, educativos necesarios para guiar u orientar su actuar social. El hecho de que exista tal rompimiento, no implica que ambos tipos de radiodifusión persuadan a su auditorio en forma diferente; ni tampoco que sea imposible aprovechar sus cualidades técnicas para la educación y los procesos comunicativos que conlleva.

^{*} Es preciso hacer una clara y justa distinción entre radio y televisión, ya que, aún apesar de formar parte de lo que en español se ha llamado **RADIODIFUSIÓN** (*BROADCAST*, en inglés), son medios muy distintos en el nivel de la significación humana; ya que el primero, al carecer de imágenes, favorece este proceso, mientras que la televisión tiende a distorcionarlo con la imagen y su tendencia a entregar a su auditorio mensajes ya significados.

9. En el panorama legislativo y, sobretudo en países con un bajo nivel de desarrollo como México, se identifican escasas pautas normativas tendientes a regular el contenido de las transmisiones de los medios mencionados, para dar importancia a la educación, la cultura y los valores humanos. Y aún siendo muy pocas, éstas no se cumplen. El Estado ha manifestado históricamente una clara tendencia por favorecer a poderosos grupos privados, otorgando concesiones de radio y televisión, relegando y pomenorizando los esfuerzos que se realizan para dar un uso educativo y social a tales medios. Un claro ejemplo es la total omisión de este último tipo de radiodifusión en la legislación respectiva para el caso de México.
10. Ante esta problemática, se presentan las instituciones de educación superior, como organizaciones idóneas para intentar dar a los medios, un uso más apegado a fines educativos y culturales que comerciales, cuanto más en países considerados como subdesarrollados. En muchos casos (como lo es en el de México) su acción en la comunicación educativa y en los medios ha sido muy significativa y constituye la prueba de la posibilidad de llevarlo a cabo ya que generalmente cuentan con los elementos necesarios para lograrlo. Uno de éstos apoyos lo constituyen las Escuelas y Facultades de Periodismo y Comunicación.
11. El surgimiento y consolidación de estas Escuelas y Facultades de Periodismo y Comunicación, sobretudo en países con las características mencionadas, representa un reforzador de la comunicación educativa, no sólo por considerar los fenómenos de la comunicación como su objeto de estudio, sino además por contar con la metodología e instrumentos necesarios para lograrlo.
12. Además, el terreno de la comunicación educativa está siendo cada vez más explorado y con la reciente incorporación de la radio y televisión a las llamadas nuevas tecnologías (como la informática y los experimentos multimedia) ofrece buenas expectativas para el comunicólogo.
13. El hecho de que en la ciudad de México (Distrito Federal y área conurbada) , existan actualmente 38 Instituciones de Educación Superior que imparten la licenciatura en Ciencias de la Comunicación o Periodismo y la mayor parte de

ellas cuenta con instalaciones (Talleres o Estudios) de radio y televisión representa una magnífica oportunidad que se está desaprovechando.

14. En casi todas estas instituciones se cuenta con la infraestructura y el equipo mínimo necesario para realizar diversas actividades tendientes a reforzar la comunicación educativa intra y extra escolar. Sin embargo, en ninguna de ellas se ha establecido algún proyecto específico con respecto a este campo en particular y sus acciones se desconocen o se han limitado a facilitar a los alumnos de las carreras de Periodismo y Comunicación la realización de sus prácticas.
15. De acuerdo con los resultados de las entrevistas realizadas, la poca notoriedad de las acciones de comunicación emprendidas en instalaciones de las Escuelas y Facultades de Periodismo y Ciencias de la Comunicación del Valle de México (independientemente de si son públicas o privadas) se debe sobretodo a que:
 - a) En ningún momento se han planteado la necesidad de planear, sistematizar, clasificar, evaluar y difundir las múltiples acciones que llevan a cabo y que de una u otra manera inciden en el terreno de la comunicación educativa institucional.
 - b) La mayor parte de las instituciones entrevistadas consideran que cuentan con poco tiempo para realizar estas acciones, que la calidad de las mismas es deficiente y generalmente las realizan por solicitud de las autoridades ocupando el escaso tiempo disponible.
16. Como se observa, los problemas que deben sortearse no son pocos, ya que generar medios alternativos de comunicación significativos precisa, no sólo de recursos, sino también de una detallada planeación, constancia, imaginación y un gran apoyo gremial; ya que el planteamiento fundamental debe ser el de trabajar en conjunto, inclusive de la mano de las grandes empresas de comunicación para aprovechar su enorme influencia e infraestructura y no precisamente luchar contra ellas.
17. Se detecta además, una total desvinculación entre las áreas responsables de las instalaciones de radio y televisión de las distintas universidades, tanto públicas

como privadas del Distrito Federal y en ninguna de ellas se conoce lo que están haciendo las otras. También se desconocen acciones internas que podrían implicar formas nuevas de presentar a la radio y televisión dentro y fuera de las Universidades.

18. Considerando lo anterior es indispensable que todas las Universidades o Instituciones de Educación Superior del país, que cuenten con instalaciones de radio y televisión, se integren en una sola Red Nacional de Radiodifusión Universitaria que permita:

- El intercambio de producciones tanto de radio como de televisión. Es necesario aclarar que aunque existe una **Red Nacional de Radiodifusoras Universitarias** - que observa acciones sólo en lo que a la radio se refiere - y además, una de Televisión denominada: **Red Universitaria de Televisión y Video**, sus acciones no son unificadas y prevalece en ellas una tendencia a considerar únicamente a las Universidades Públicas.
- Con respecto a las investigaciones debe abandonarse la tendencia a considerar exclusivamente a las Universidades Públicas y tomar en cuenta a las particulares que pueden aportar nuevas formas de ver a la radio y la televisión educativa y cultural.
- Ejercer presión ante los legisladores para obtener la posición de figura jurídica en la normatividad respectiva, sin la necesidad de limitar el derecho a la información y la libre expresión. Cabe aclarar, en este punto, que cuando se proponen reformas a la legislación existente, las grandes emisoras comerciales tienden a evadir su responsabilidad educativa negando la posibilidad de que otras instancias sociales, entre ellas las Universidades, obtengan el derecho a transmitir sus mensajes.
- El establecimiento de proyectos comunes de alcance nacional.

- Mecanismos viables y económicos para conseguir servicios de mantenimiento y adquisición de equipo y material a costos más bajos.
- Negociar con las radiodifusoras y televisoras de carácter comercial, la posibilidad de incluir programas universitarios en sus transmisiones, sin necesidad de transgredir sus políticas internas.
- La radiodifusión universitaria debe ser innovadora y no repetitiva. Debe ser propositiva y no meramente crítica o analítica; debe crear y no recrear y, finalmente, debe ser humana y poner a los medios (tanto a la radio como a la televisión) en manos de sus verdaderos dueños: la sociedad.

19. En esta tesis se presenta un proyecto que intenta sistematizar diversas acciones que se han venido llevando a cabo en distintos momentos y que muestran su utilidad educativa. Los Talleres de Radio y Televisión de la Universidad Salesiana de la Ciudad de México son un poderoso instrumento requerido constantemente por la comunidad en general y el futuro de sus acciones puede ser promisorio en la medida de que proyectos como el que aquí se presenta sean considerados, evaluados y puestos en marcha.

20. La hipótesis inicial sostenía que: *"Las instalaciones de radio y televisión de las Escuelas y Facultades de Periodismo y Ciencias de la Comunicación, son instrumentos que permiten fortalecer la comunicación educativa institucional"* no ha sido plenamente resuelta en este estudio, pues el instrumento utilizado no arrojó datos suficientes para probar científicamente tal afirmación, sin embargo se obtuvo valiosa información para diseñar la propuesta de la Universidad Salesiana con lo cual se cumplió con el objetivo principal. Además, el análisis y la propuesta que se presentan son resultado de muchos años de trabajo y de un gran apego de quien lo realiza hacia la Institución, por tal motivo se tiene una gran confianza en su aceptación y desarrollo.

ANEXO 1**UNIVERSIDAD SALESIANA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
CENTRO DE MEDIOS****REGLAMENTO INTERNO DE LOS LABORATORIOS DE RADIO, TELEVISIÓN Y FOTOGRAFÍA.**

Los Laboratorios de Radio, Televisión y Fotografía de la Universidad Salesiana fueron diseñados y contruidos especialmente para ti, es por eso que en el presente Reglamento se enuncian las normas que permiten una buena operación y funcionamiento de estas instalaciones para ofrecerte un mejor servicio.

1. El horario de los Laboratorios será de **Lunes a Viernes de 16:00 a 21:00 horas**. Para producciones especiales autorizadas por la Dirección de la Carrera o por la Rectoría, el horario se amplía o bien se realizan actividades los días sábado o domingo.
2. **Los responsables de la operación, préstamo o traslado de los equipos serán, en todos los casos, el Coordinador del Centro de Medios o los asistentes designados para tal fin.** Los alumnos no podrán operar, prestar o trasladar, en ningún caso, los equipos o material que forman parte de los laboratorios, salvo cuando por excepción lo determine el Coordinador de Medios o el Director de la Carrera.
3. **El profesor titular de las materias de Radio, Televisión o Fotografía, en coordinación con los responsables de los laboratorios y con los asistentes, son los responsables de la disciplina en el interior de los Laboratorios** y tienen autorización para sancionar a los alumnos que, con su conducta, impidan la buena realización de las prácticas.
4. Queda estrictamente **prohibido introducir o ingerir alimentos y bebidas** en el interior de los Laboratorios.
5. **Se prohíbe terminantemente fumar** o encender fuego en el interior de los laboratorios. Cuando por necesidades de la producción se necesite encender alguna vela o cualquier otro tipo de fuego, se deberá consultar previamente con el Coordinador de Medios o con los asistentes.
6. El material para realizar el registro de las producciones debe ser proporcionado por los alumnos, **los laboratorios no cuentan con material para las clases.** Se sugiere establecer coordinación con el profesor titular de la materia para la adquisición de material adecuado y de buena calidad.
7. **El alumno que premeditadamente ocasione un daño** a las Instalaciones, materiales o equipos **tendrá la obligación de reparar el daño** y se hará acreedor a las sanciones que determine el Coordinador de Medios o el Director de la Carrera de Comunicación.

8. Al momento de la realización de las prácticas sólo podrán ingresar y permanecer en los laboratorios los alumnos inscritos en ese curso o taller. Los invitados especiales tienen que ser reportados con anticipación, al profesor titular de la materia para autorizar su ingreso. **Sin autorización, no puede permanecer nadie dentro de los laboratorios.**
9. **Para solicitar servicio en los laboratorios, es necesario llenar con dos días de anticipación, el formato de "Solicitud de Servicios"** con el objeto de apartar las cabinas en los días y horarios establecidos en el presente reglamento.
10. Para autorizar cualquier servicio, se debe presentar guión o proyecto de la producción, preferentemente autorizado por el profesor titular de la materia. **No se realizarán trabajos sin guión, proyecto o pre-producción.**
11. Para el caso de fotografía se deberán mostrar los negativos y el solicitante deberá explicar al responsable del laboratorio, el trabajo que va a realizar.
12. En ningún caso serán otorgadas las llaves de los laboratorios a los alumnos.
13. **En ausencia del profesor titular de la materia, el responsable del grupo será el profesor asistente o el Coordinador de Medios**, quienes dispondrán de lo necesario para la realización de las prácticas. El control de asistencia y la disciplina estarán a cargo de las personas mencionadas.
14. Con excepción del Laboratorio de Fotografía, **queda estrictamente prohibido pintar o utilizar cualquier tipo de solvente o químico dentro de los laboratorios**, ya que esto puede dañar irremediablemente los equipos y materiales.
15. En caso de que algún equipo sufra fallas o descomposturas, el alumno que se encuentre utilizándolo, deberá reportarlo de inmediato al Coordinador de Medios o en su defecto a los responsables de los laboratorios. **No intentes reparar los equipos por tu cuenta.**
16. La fragilidad y tecnología de los equipos requieren de conocimiento y pericia, si no cuentas con experiencia solicita ayuda a tu maestro o a los responsables. **No intentes aprender, cometiendo errores** que pueden interrumpir tus prácticas
17. Para solicitar material de stock (de audio o video) es necesario solicitarlo a los responsables. **Evita sanciones, no uses material sin el permiso respectivo.**
18. El personal responsable de los laboratorios o el profesor titular de la materia, no se hacen responsables de los objetos olvidados dentro de los laboratorios. **Queda estrictamente prohibido encargar equipos u objetos personales** para su resguardo dentro de los laboratorios.
19. La elaboración de escenografías o cicloramas correrá por cuenta de los alumnos, quienes pueden hacer uso de los materiales y utilería con que cuenta la Universidad.
20. **Se prohíbe terminantemente** desmontar o desconectar, por cuenta propia, algún equipo. Si la producción así lo requiere, solicita a los responsables que lo hagan.

21. Es obligatorio que al finalizar la práctica, los alumnos dejen las instalaciones como las encontraron. El maestro debe disponer de cierto tiempo para realizar esta labor que implica conservar el orden y la limpieza dentro de los laboratorios para trabajar en condiciones adecuadas.
22. La Universidad realiza esfuerzos permanentes por mantener actualizado el equipo para que puedas llevar a cabo tus producciones de manera más real, tal es el caso de la reciente adquisición de equipos de audio y video digital, tu cooperación para su buen uso y cuidado es muy importante. **Colabora.**
23. Finalmente para disfrutar y aprender en un ambiente más agradable toma en consideración las siguientes reglas **BÁSICAS**:

- **Si lo prendes, apágalo**
- **Si lo usas, guárdalo**
- **Si lo descompones, repórtalo**
- **Si lo tiras, levántalo**
- **Planea siempre tus producciones, no dejes todo a la improvisación.**

Estamos seguros de que al respetar estas reglas y políticas, lograremos realizar nuestras prácticas en forma mucho más adecuada. Evita sanciones y molestias, contribuye con este reglamento.

ANEXO 2

**FORMATO DE CONTROL DEL CENTRO DE MEDIOS
UNIVERSIDAD SALESIANA
LABORATORIOS DE RADIO Y TELEVISION
SOLICITUD DE SERVICIOS**

FECHA: _____

FOLIO: _____

SOLICITUD PARA EL DIA _____ DE _____ DE _____ HORARIO: _____

NOMBRE: _____

PROCEDENCIA:
 INTERNO: SEMESTRE: _____ EXTERNO
 No. DE ALUMNOS: _____ PRESUPUESTO: \$ _____

PROYECTO: _____

RECIBO	ASIGNACION	REVISION
GRABACION EN CABINA:	GRABACION EN FORO:	REVELADO:
EDICION: <input type="checkbox"/>	EDICION: <input type="checkbox"/>	REVISION NEG: <input type="checkbox"/>
COPIADO: <input type="checkbox"/>	TRANSFER: <input type="checkbox"/>	IMPRESION: <input type="checkbox"/>
SPOTEO: <input type="checkbox"/>	SPOTEO: <input type="checkbox"/>	REVELADO PEL.: <input type="checkbox"/>
ARMADO: <input type="checkbox"/>	AUDIO DUB: <input type="checkbox"/>	AMPLIACION: <input type="checkbox"/>
MEZCLA: <input type="checkbox"/>	INSERT: <input type="checkbox"/>	COPIADO: <input type="checkbox"/>
TRANSMISION: <input type="checkbox"/>	COMPUTADORA: <input type="checkbox"/>	SECADO: <input type="checkbox"/>
ESPECIFIQUE:	ESPECIFIQUE:	ESPECIFIQUE:

EL SOLICITANTE O CLIENTE SE COMPROMETE A RESPETAR LA FECHA Y EL HORARIO ASIGNADO, ASI COMO LOS ARTICULOS DEL REGLAMENTO INTERNO DE LOS LABORATORIOS DE RADIO Y T.V. DE LA UNIVERSIDAD SALESIANA.

 SERVICIO OTORGADO: SI FECHA: _____ HORARIO: _____
 NO MOTIVO: _____

 ANTICIPO: \$ _____ COSTO TOTAL: \$ _____ PAGADO:

 SOLICITANTE
 NOMBRE Y FIRMA

 RESPONSABLE
 NOMBRE Y FIRMA

ANEXO 3

FORMATO DE LA ENTREVISTA APLICADA

EL OBJETO DE LA PRESENTE ENTREVISTA ES:
CONOCER LA ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LAS CABINAS DE RADIO Y TELEVISIÓN PARA ESTABLECER UN VINCULO INTERUNIVERSITARIO QUE PERMITA DAR A CONOCER EL MATERIAL AUDIO Y VIDEOGRAFICO QUE SE REALIZA EN LAS INSTITUCIONES PARTICULARES DE EDUCACIÓN SUPERIOR

1. DESDE CUANDO EXISTEN INSTALACIONES RADIO Y TELEVISIÓN EN SU UNIVERSIDAD:
2. DEPENDEN DE LA DIRECCIÓN DE LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
3. CUANTAS PERSONAS TRABAJAN ACTUALMENTE Y QUE FUNCIONES CUMPLEN
4. CUAL ES SU ESTRUCTURA ORGÁNICA
5. LAS FUNCIONES DE RADIO Y TELEVISIÓN ESTÁN ORGANIZADAS EN FORMA CONJUNTA O POR SEPARADO. QUIÉNES SON LOS RESPONSABLES DE CADA UNA.
6. CON CUANTAS CABINAS DE RADIO CUENTAN Y QUE SERVICIO PRESTAN (POSTPRODUCCIÓN, TRANSMISIÓN, ETC.)
7. QUE FUNCIONES SE PUEDEN REALIZAR EN SUS INSTALACIONES DE TELEVISIÓN Y CON QUE ESPACIOS CUENTAN (FORO, CABINA DE CONTROL, TRANSMISIÓN, ISLAS DE EDICIÓN, ETC.)
8. LAS FUNCIONES ACTUALES DE LAS INSTALACIONES DE RADIO Y TELEVISIÓN Y. SU ORGANIZACIÓN. PARTIERON DE UN PROYECTO ESPECIFICO O FUERON GENERADAS POR EL PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA CARRERA
9. ADEMÁS DEL SERVICIO QUE OFRECEN A LOS ALUMNOS DE COMUNICACIÓN, BRINDAN SERVICIOS A OTRAS CARRERAS (GRABACIÓN DE EVENTOS. EDICIÓN DE VIDEOS, ETC.)
10. RECIBEN SOLICITUDES DE PRODUCCIÓN DE LAS AUTORIDADES
11. OCASIONALMENTE PRODUCEN MATERIALES DE TIPO EDUCATIVO O DE APOYO DIDÁCTICO
12. CON QUE REQUISITOS DEBE CUMPLIR EL USUARIO PARA UTILIZAR LAS INSTALACIONES (SOLICITUD DE SERVICIOS, DERECHO DE APARTADO, ETC.)
13. LE HAN DADO CAUSE A PROYECTOS COMO TELEVISIÓN POR CIRCUITO CERRADO O RADIO INTERNA.
14. PERMITEN LA PARTICIPACIÓN DE ALUMNOS EN LOS PROYECTOS
15. SE HAN TRAZADO PERSPECTIVAS A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO PARA SUS INSTALACIONES DE RADIO Y TELEVISIÓN. CUALES SON ESTAS.

BIBLIOGRAFÍA

- 1 **Alva de la Selva, Alma Rosa** *Radio e Ideología*, Ediciones El Caballito, México, 1986, 143 págs.
- 2 **Ávila, Patricia** *Diplomado en Educación a Distancia, Módulo IV, SUA - UNAM*, México, 1996, 83 págs.
- 3 **Benveniste, Emile** *Problemas de Lingüística General*, Edit. Siglo XXI, México, 1988, 218 págs.
- 4 **Berrum de la Labra, José, et al** *Maestro de Excelencia*, Fernández Editores, México, 1995, 184 págs.
- 5 **Calderón Vega, Felipe** *Iniciación a la Sociología* Edit. JUS, México, 1979, 200 págs.
- 6 **Corral C., Manuel** *La Ciencia de la Comunicación en México*, Edit. Trillas, México, 1986, 122 págs.
- 7 **Dale, Ernest** *Organización*, Edit. Técnica, México, 1982, 368 págs.
- 8 **De Fleur, et. al.** *Teorías de la Comunicación de Masas*, Edit. Paidós, México, 1985, 349 págs.
- 9 **Durkheim, Emile** *Las Reglas del Método Sociológico*, Edit. Premia, México, 1984, 122 págs.

- 10 Eco, Umberto *La Estructura Ausente*, Edit. Lumen, España, 1986, 510 págs.
- 11 Erausquin, M. Alonso *Los Telenifios*, Edit. Premia, México 1988, 215 págs.
- 12 Escudero, Teresa *Lenguajes en Educación para los Medios*, UPN, México, Fascículo 2, 1994, 120 págs.
- 13 Escudero, Teresa *La Comunicación en la Enseñanza*, Edit. Trillas, México, 1977, 72 págs.
- 14 Ferrer, Eulalio *Comunicación y Opinión Pública*, Edit. B. Costa- Amic, México, 1974, 124 págs.
- 15 Ferres, Prats, *et. al.* *El Video*, Edit. Gustavo Gilli, México, 1991, 141 págs.
- 16 Fullat, Octavi *Filosofía de la Educación: Paidela*, Edit. CEAC, Barcelona, 1992, 316 págs.
- 17 García Jiménez, Jesús *Televisión Educativa para América Latina*, Edit. Porrúa, México, 1970, 358 págs.
- 18 Goded, Jaime *Antología sobre la Comunicación Humana*, UNAM (Lecturas Universitarias N° 25) México, 1976, 275 págs.
- 19 Goded, Jaime *100 Puntos sobre la Comunicación de Masas*, Edit. Juan Pablos, México, 1985, 179 págs.

- 20 **González Ochoa, Cesar** *Imagen y Sentido: Elementos para una Semiótica de los Mensajes Visuales*, UNAM, México, 1986, 197 págs.
- 21 **González Treviño, Jorge E.** *Televisión y Comunicación: Un Enfoque Teórico Práctico*, Edit. Alhambra Mexicana, México, 1994, 280 págs.
- 22 **Granados Chapa, Miguel A.** *Examen de la Comunicación en México*, Ediciones El Caballito, México, 1986, 224 págs.
- 23 **Gutiérrez Glez, Mónica, et al** *Manual de Producción para TV*, Edit. Trillas, México, 1997, 160 págs.
- 24 **Katz S., Chaim, et al** *Diccionario Básico de Comunicación*, Edit. Nueva Imagen, México, 1987, 260 págs.
- 25 **Mattelard, Armand, et al** *La Televisión Alternativa*, Edit. Anagrama, España, 1991, 127 págs.
- 26 **Paoli B., J. Antonio** *Comunicación*, Edit. Edicol, México, 1980, 195 págs.
- 27 **Pardo, Fernando, et al.** *Esto es Televisión*, Salvat Editores, España, 1985, 64 págs.
- 28 **Poloniato, Alicia** *"Introducción al Módulo de Comunicación Educativa y Cultural"* Maestría en Tecnología Educativa. PROMESUP - OEA - ILCE, México 1992, 40 págs.
- 29 **Prieto C., Daniel** *Elementos para el Análisis de Mensajes*, ILCE, México, 1992, 128 págs.

- 30 Prieto, Francisco *Cultura y Comunicación*, Edit. Premia, México, 1985, 91 págs.
- 31 Rojas Fernández, Gilda *Comunicación Educativa*, Serie: Sobre la Universidad, N° 21 UNAM-CISE, México, 1993, 187 págs.
- 32 Romo, Cristina *La otra Radio, Voces débiles, Voces de esperanza*, Fundación Manuel Buendía, IMER, México 1990, 196 págs.
- 34 Savater, Fernando *El Valor de Educar*, Edit. Instituto de Estudios Educativos y Sindicales de América, México 1997, 244 págs.
- 35 Schramm, Wilbur *La Ciencia de la Comunicación Humana*, Edit. Grijalvo, México, 1988, 191 págs.
- 36 Tostado Span, Verónica *Manual de Producción en Video*, Edit. Alhambra Mexicana, México, 1995, 288 págs.
- 36 Toussaint, Florence *Crítica de la Información de Masas*, Edit. Trillas, México, 1986, 94 págs.
- 37 Toussaint, Florence *¿Televisión Pública en México?* CNCA, México, 1993, 179 págs.
- 38 Videla T., Alfredo sdb. *Vida de san Juan Bosco*, Edit. Don Bosco, Chile, 1999, 253 págs.
- 39 Woolf, Mauro *La Investigación de la Comunicación de Masas*, Edit. Paidós, México, 1994, 318 págs.

TESIS CONSULTADAS

- 1 **Castellanos Pedraza, Juliana** *Descripción de la Estructura de un Noticiero Radiofónico, un estudio de caso: El noticiero vespertino de la emisora XEEP, Radio Educación, apuntes para su restructuración* UNAM, ENEP Acatlán, México, 1991. 327págs.
- 2 **Nieves Muñoz, Ma. Dolores** *Radio Universidad Nacional Autónoma de México y sus Servicios Informativos: Noticiarios.* UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992. 177págs.
- 3 **Rivera Juárez, Ana María** *La Orientación Educativa y Vocacional en el Sistema Preventivo Salesiano. Análisis y Propuesta Pedagógica.* Universidad Salesiana México, 1996. 191págs.

HEMEROGRAFIA

- 1 **BOLETIN SALESIANO.** N° 556 Año, XLV, México 1995.
- 2 **EL UNIVERSO DE LA RADIO.** Año 1 N° 1 ARDF, México, 1996.
- 3 **REVISTA DE MEXICANA DE AVIACION** Año 1 N° 3 México, 1986.
- 4 **GACETA UNAM.** 11 de junio de 1987. México.
- 5 **REVISTA MEXICANA DE COMUNICACION.** Año X, N° 54, México 1998.
- 6 **EL FINANCIERO** (27 AGO/ 1996 Y 28 FEB Y 1° SEP/ 1997)
- 7 **LA JORNADA** (18 SEP/ 1995)
- 8 **EXCELSIOR** (24 DE MARZO DE 1955)
- 9 **EL DÍA** (10 DE OCTUBRE DE 1978)

OTROS DOCUMENTOS

- 1 **Manual de Organización y Funcionamiento de T.V. UNAM.** TV UNAM, México, 1997.
- 2 **TV UNAM. Actualización Histórica de la Dependencia - Informe de Labores** Coordinación de Difusión Cultural. Dirección General de TV UNAM. Departamento de Información y Documentación. México, 1992. 28 págs.
- 3 **Canal 11. Boletín Interno** IPN, México, 1996, 32 págs.

VIDEOGRAFIA

- 1 **Entrevistas para Telebachillerato** Unidad de Televisión Educativa (UTE), México, 1998, 90 minutos.