

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 64 - DICIEMBRE 1998

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor

Fernando Checa Montúfar

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín

Fernando Checa Montúfar

Lucía Lemos

Nelson Dávila Villagómez

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador.

Wladimiro Alvarez Grau,
Ministro de Educación y Cultura

Paulina García de Larrea,
Min. Relaciones Exteriores.

Juan Centurión, Universidad de
Guayaquil.

Carlos María Ocampos, OEA
Consuelo Feraud, UNESCO.

Luis Espinoza, FENAPE.

Héctor Espín, UNP.

Lenin Andrade, AER.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Corrección de Estilo

Manuel Mesa

Magdalena Zambrano

Portada y contraportada

Rubén Vásquez

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL.

Apartado 17-01-584, Quito, Ecuador

Tel. 506 149, 544-624.

Fax (593-2) 502-487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec

<http://www.comunica.org/chasqui>

Registro M.I.T., S.P.I.027

ISSN 13901079

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de Chasqui. Se permite su reproducción, siempre y cuando se cite la fuente y se envíen dos ejemplares a Chasqui.

NOTA A LOS LECTORES

El e-mail cayó con el peso enorme de la ausencia que anunciaba: "Mi padre, Mario Kaplún -nos escribía su hijo Gabriel- murió el 10 de noviembre pasado. Estos han sido, entonces, días de despedida, con dolor y tristeza, pero también con serenidad y ternura. Por una vida bien vivida, en la que nos dio mucho a muchos... 'Tu viejo vive viajando', me decían a veces. Me gusta pensar que ahora sigue viajando y, de ese modo, viviendo entre nosotros" -concluía Gabriel. Sí, viajero incansable, no solo en el sentido físico del magnífico espacio de Nuestra América y otros lares, que enriqueció con su presencia, sino también en el sentido existencial, más trascendente, que le permitió recorrer el corazón, el sueño y las mentes de miles de alumnos que le hacen el homenaje cotidiano, el mejor, con su práctica de una comunicación democrática. Su corpórea ausencia no hace más que acrecer su entrañable presencia a través de su obra viva, abierta, con múltiples ecos.

Han sido cerca de 60 años de prolífica actividad y compromiso con la "educación comunicativa" -como le gustaba llamar a lo que hizo- y con la utopía de una sociedad más humana, más fraterna, más justa. Desde sus 17 años, cuando empezó a preocuparse por una radio creativa, educativa y verdaderamente democrática; hasta sus últimos días cuando su lucidez y experiencia relativizaron la supuesta panacea en que muchos han convertido al ciberespacio: "¿acaso -se preguntaba- no estamos tecnológicamente hipercomunicados, pero socialmente aislados?". Sin embargo, se reconoció apenas como "un aprendiz de comunicador" -humildad consonante con su sabiduría- y lo demostró en cada acto de su vida. Su praxis educomunicativa en varios ámbitos y con diversos grupos: las organizaciones populares de la Patria Grande o las aulas universitarias; CIESPAL (que honró muchas veces y donde publicó las primeras ediciones de tres de sus libros) o los estudios de varias radios y de la TV uruguaya... Por donde anduvo dejó la huella de esa relación dialéctica, de ese dar y recibir, enseñar y aprender, siempre en comunión.

Con **Mario Kaplún, un homenaje**, Chasqui comparte trabajos en torno a su palabra y pensamiento. Primero, su texto último e inédito en el cual ratifica lo de la "educación comunicativa", y sostiene que la conformación del "ciberespacio educativo" implica un espectacular avance; pero, desde una racionalidad pedagógica, se pregunta, ¿lo será también?, ¿se establece una verdadera comunicación?, y responde que las nuevas tecnologías son válidas siempre y cuando vayan más allá de la relación hombre-máquina y permitan una construcción común del conocimiento.

Segundo, una semblanza del Maestro escrita por su hijo Gabriel desde el corazón de una relación filial, de alumno y amigo. Semblanza aderazada para el regodeo con algunas anécdotas cálidas y sustanciosas, extraídas de su conversatorio en el I Festival de Radiosapasionados y Televisonarios realizado en CIESPAL, en noviembre de 1995. Por último, diez consejos entresacados de sus libros y seleccionados por José Ignacio López Vigil.

Al dedicar esta edición al Maestro queremos y creemos que el mejor homenaje que le podemos rendir es continuar su obra, no repitiéndola sino recreándola, en el marco de la utopía que guió su vida y su quehacer: "Definir qué entendemos por comunicación -dijo- equivale a decir en qué clase de sociedad queremos vivir... Comunicación es una calle ancha y abierta que amo transitar. Se cruza con compromiso y hace esquina con comunidad". Gracias Maestro por todo. Hasta siempre.


Fernando Checa Montúfar
Editor

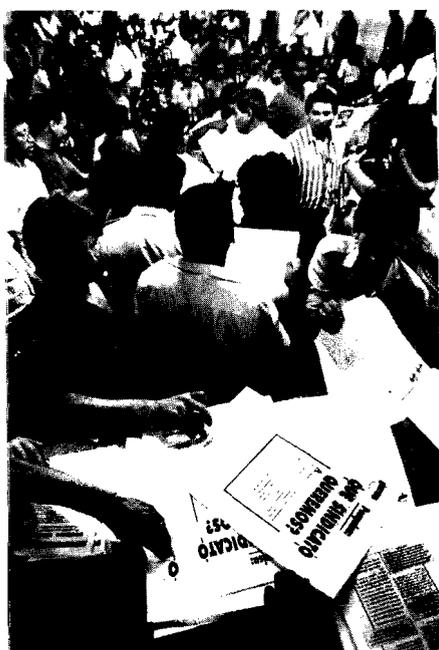
MARIO KAPLUN, UN HOMENAJE



Aunque se autodefinió como “aprendiz de comunicador”, no hay duda alguna que es y será el Maestro de los radioapasionados y educomunicadores de Iberoamérica. Esta edición se la dedicamos como un modesto homenaje al hombre y su obra.

- 4 Procesos educativos y canales de comunicación
Mario Kaplún
- 9 Mario Kaplún, El viajero
Gabriel Kaplún
- 15 Diez consejos de Mario Kaplún
José Ignacio López Vigil

DERECHOS HUMANOS Y COMUNICACION



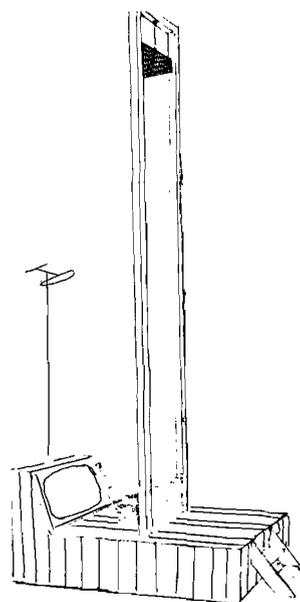
A propósito de los 50 años de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la ONU, presentamos análisis y propuestas desde la perspectiva de la comunicación, que también es un derecho, y muy importante.

- 18 Un malestar invisible: derechos humanos y comunicación
Rossana Reguillo

- 24 Comunicadores y derechos humanos: ¿de malos amigos a ángeles guardianes?
Luis Ramiro Beltrán S.
- 29 Iniciativas ciudadanas por el derecho a la comunicación
Osvaldo León
- 33 Ghetto cybernético amenaza a los derechos humanos
Alain Modoux

LA “MASSMEDIACION” DE LA SOCIEDAD

Sin duda alguna, los medios ocupan un lugar privilegiado en la sociedad contemporánea, hecho que exige reflexiones profundas y propuestas creativas para evitar peligrosas concentraciones de poder.



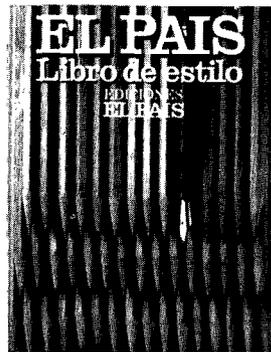
- 36 La socialidad de la comunicación
Irey Gómez,
Luis Alarcón,



- 38 Medios masivos y movimientos sociales
Francisco de Jesús Aceves
- 42 Grupos minoritarios y medios de comunicación
María Elena Hernández, Sergio René de Dios
- 46 La comunicación computarizada y su impacto en las organizaciones
Federico Varona Madrid
- 51 Opinión pública, medios y ciudadanía
Rosa María Alfaro
- 55 Un dilema cultural de fin de siglo
Kintto Lucas

CONTRAPUNTO

- 58 Manuales de estilo: entre la utilidad y el anacronismo
José Luis García
- 62 Manuales de estilo: ¿Y en qué quedamos?
Hernán Rodríguez Castelo



APUNTES

- 65 Humor y periodismo científico
Manuel Calvo Hernando
- 68 América Latina: hacia la reforma de la TV Pública
Valerio Fuenzalida
- 73 Violencia y medios de comunicación
Luis Fernando Vélez
- 78 Las Radios Universitarias en México
Irving Berlín Villafaña
- 83 Globalización e interculturalidad
Enrique Ipiña Melgar

86 NOTICIAS

87 ACTIVIDADES DE CIESPAL

RESEÑAS

- 89 Libros sobre la radiodifusión iberoamericana
Daniel E. Jones



PORTADA Y CONTRAPORTADA

RUBEN VASQUEZ

“Vendrá la muerte y no tendrá sus ojos”

Tinta. 45 x 60. 1985.

Sin título.

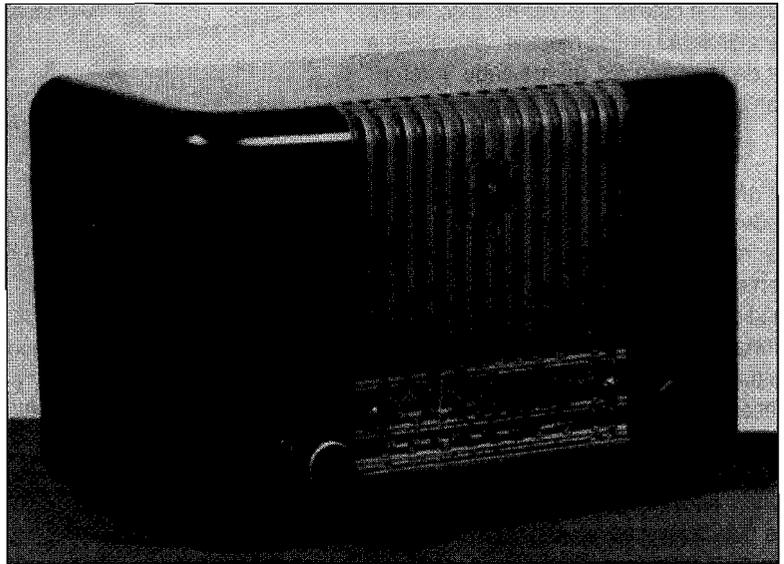
Tinta. 45 x 60. 1988.



- Eric Kaplún: un mensaje
- Brecht: humanos y comunicación
- “massmediación” de la sociedad

Las Radios Universitarias en México

Una de las supervivencias de las emisiones de servicio público en América son las radios universitarias que se encuentra diseminadas en todo el continente. En México operan 28 de estas frecuencias con diversos modelos y perfiles como resultado de sus propias historias y de las circunstancias por las que atraviesan sus casas de estudios. En este trabajo se recorre, brevemente, esta historia y se propone una clasificación que muestra tendencias nacionales, sin borrar las diferencias que existen entre ellas.



La radio universitaria nacional existe desde los inicios de la radio en México y representa la alteridad de los modelos dominantes encaminados al fortalecimiento del mercado interno y de las industrias culturales nacionales. Nace el 14 de junio de 1937 con la fundación de *Radio Uni-*

versidad Nacional Autónoma de México. Sus objetivos fundamentales fueron extender la cultura en todo el país y en el extranjero, llevando "el dato científico más reciente, la voz de nuestros mejores profesores, las bibliografías más notables y cultas... nuestras estaciones estarán al servicio del país en el intercambio de ideas políticas y sociales. Por ellas podrán transmitirse todas las tendencias, todas las ideologías... Estaremos, pues, al servicio de la cultura y al servicio del arte... Por eso, las estaciones universitarias transmitirán las grandes obras musicales de todos los tiempos y también las melodías anónimas del pueblo, armonio-

sas y cristalinas cuando son auténticas" (web *Radio UNAM*).

La programación de aquella emisora, no obstante la agitación política de los tiempos de Lázaro Cárdenas, se distinguió por sus programas de conciertos "como las mejores radios europeas", según interesantes crónicas de prensa de la época. Los recursos de la nueva emisora, la *XEXX* -que luego cambia sus siglas a las de *XEUN*-, eran limitados.

Esta necesidad social doble -de universitarios que buscan un medio y expresiones culturales que merecen sonar en la radio- se ve repetida con posterioridad en la Universidad de San Luis Potosí y en

IRVING BERLÍN VILLAFANA, mexicano. Master en comunicación por la Universidad Internacional de Andalucía, director de *Radio Universidad de Yucatán*. Este trabajo es parte de uno más extenso, elaborado gracias al apoyo de los CIEES (Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior en México) y de la vocal del Comité para la Extensión Universitaria, Dra. Ofelia Angeles. E-mail: bvillaf.@tunku.uady.mx

la Universidad Veracruzana, en las que en 1938 y 1944, respectivamente, inician transmisiones.

El modelo clásico

Estas tres experiencias responden a lo que llamaríamos el "modelo **comunitario clásico**" de radiodifusión universitaria. Se trata de emisoras con el poder de extender a toda la sociedad la cultura institucional en los mismos formatos usados en las aulas y las salas de concierto que impactan, incluso, el tiempo de programación regido por el calendario académico de la institución, como el caso de *Radio UNAM*. Por los micrófonos se transmitirían óperas, bibliografía, conferencias y cursos con el objetivo de contribuir al desarrollo cultural de la población, entendiendo que las más altas expresiones de la cultura se asimilan casi siempre a los productos de la elite, cuya universalidad radica en su originalidad y libertad de creación, o bien que existen elementos "auténticos" y puros en las expresiones populares que deben ser amplificadas.

La legitimidad del decir de estas emisoras no está, pues, en las audiencias ni en el mercado de medios, sino en las esferas oficiales de la institución, en el discurso iluminista y la crítica especializada. Es más, es notable el desprecio por los procesos de recepción que se desatan en el consumo de los otros medios. "En realidad -dice don Alejandro Gómez- yo no oigo radio ni veo mucha televisión, no puedo, no tengo tiempo para eso. A mí

me parece signo de estos tiempos terribles que la gente prenda la televisión a las siete de la mañana y la apague a las doce de la noche. Claro, es la cultura deformadora de nuestra época y a veces creo que no pertenezco a ella" (*Web Radio UNAM*). Entre la contradicción manifiesta de ser un medio de comunicación inmerso en un mercado radiofónico, la emergencia de una cultura popular mediática fomentada por la radio comercial que necesitaba oírse de manera masiva para reproducirse financieramente y la voluntad de llegar a las clases desposeídas para extender los beneficios de la universidad sin conocer los mecanismos que posibilitan o impiden el consumo cultural, el modelo clásico se mantuvo hasta entrados los años 60.

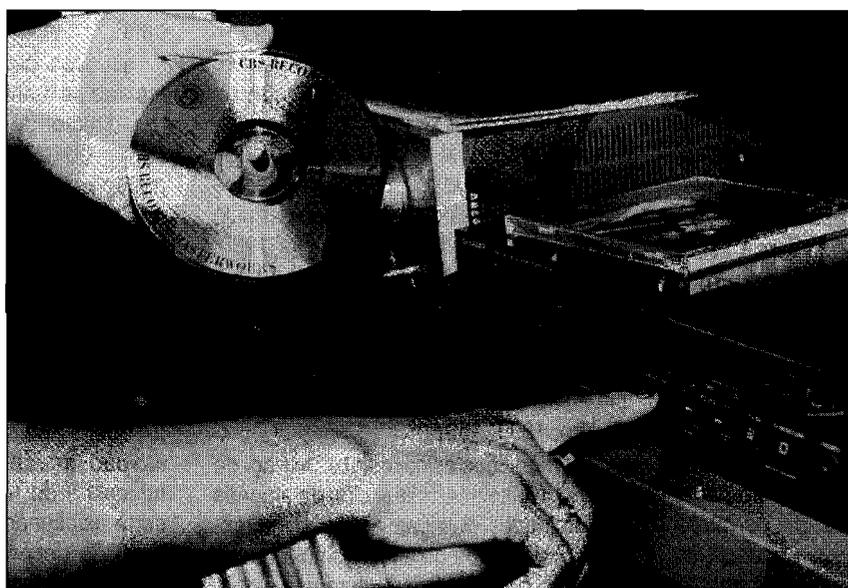
Crisis del modelo clásico, años 60-70

Algunos factores de quiebre son: el empuje de una nueva generación de intelectuales y artistas con mayor sentido crítico; la burocratización del equipo fundador que se mantiene en posiciones de mando; los movimientos políticos, culturales y sociales que demandan canales de expresión; nuevos esquemas para entender la cultura popular y el papel de los medios de comunicación; la apertura de escuelas profesionales de comunicación; la creación de emisoras universitarias en ciudades alejadas del centro del país como consecuencia de las políticas nacionales de comunicación que se de-

sarrollan en tiempos de Luis Echeverría Álvarez y López Portillo.

Así se expande la radio universitaria. Entre los años 1961 y 1982, se fundan la mayoría de las estaciones que forman la radio universitaria mexicana. Son 12 casas de estudio que tramitan y consiguen, de las autoridades federales, el permiso de operación de una frecuencia radiofónica y que reflejan posturas diferentes de la universidad pública frente a los grandes problemas nacionales.

El modelo clásico es revisado, releído, combatido según cada caso en particular, dando lugar a nuevas versiones caracterizadas por su alternatividad, su línea política o una concepción diferente de la cultura popular y de elite. La primera estación universitaria del país, con el peso y la tradición de la casa de estudios más grande de América Latina, pronto asume en su seno la contradicción de su equipo administrativo con el productivo que se resuelve en una versión experimental, intentando desarrollar los conceptos de Bertolt Brecht sobre las posibilidades creativas y estéticas del lenguaje radiofónico. Así, el escritor Carlos Monsiváis señala que llega a la emisora en 1953 invitado por su profesor de literatura sin haber oído nunca hablar de la estación metida en la bruma de la alta cultura, pero que pronto se desarrolla durante la administración de Pedro Rojas un ambiente extraordinario de crítica y libertad creativas.



Sin suficientes recursos económicos, problema común a varias radios universitarias, no es posible una necesaria renovación tecnológica.

El vital y profundo movimiento cultural mexicano de los 60 dio a la radiodifusión cultural un lugar que no había logrado desde sus inicios, dentro del campo de la cultura y la educación, al margen de las masas sociales a las que supuestamente dedicaba sus esfuerzos. El grueso de la población estudiantil se mantenía al margen hasta que las reivindicaciones sociales y la politización del sector lo movieron a abrir canales de expresión. Bahía de Cochinos, la matanza de Tlatelolco, etc., son casos en donde la gran masa de estudiantes exige posiciones diferentes a *Radio UNAM*.

Otras emisoras se van sumando a movimientos contestatarios de clase, como el caso de las Universidades de Oaxaca, Puebla y Guerrero; unas, más a caballo entre la producción estética y política o bien experimentando perfiles de diversa naturaleza. *Radio Universidad de Sonora*, por ejemplo, nace con el concepto de las emisiones generalistas de servicio público en Europa y pretende ofrecer "información y cultura básica para la población", mediante una programación viva, participativa, donde se traten libremente los temas de actualidad en horarios propios para un público amplio que incluyera jóvenes, amas de casa y público en general. Guanajuato y Yucatán intentan desarrollar programas culturales alternativos a la cultura comercial y la Veracruzana, luego de la crisis de la década de los 60, aborda las transmisiones de manera institucional; es decir, diseña un plan de trabajo basado en las tres funciones sustantivas de las universidades públicas mexicanas: extensión de la cultura, docencia e investigación científica, con notable acierto.

Otras propuestas se desarrollan al amparo de las llamadas universidad-pueblo o universidad-fábrica o bien de las presiones ideológicas de izquierda sobre la actividad. *Radio Universidad de Sinaloa*, por ejemplo, es "tomada" durante varios momentos en la década de los 70 por grupos estudiantiles fuertemente politizados que necesitaban de un mecanismo de prensa y propaganda. Guerrero y Puebla inician largos debates y movimientos contra el Estado y sus aparatos exigiendo el otorgamiento de permisos de transmisión amparados en diversas razones. En Puebla se consideró que "la creación de radiodifusoras universitarias tiene varias implicaciones. Además del



Juan Carlos. Imagen Latina, Brasil

Una institucionalidad orgánica, que permita mayores niveles de compromiso entre la casa de estudios y su emisora, favorece un mejor desarrollo del quehacer radiofónico.

cumplimiento de sus tareas expresas, estas emisoras combaten en los hechos la concentración monopólica de la información y la cultura, y abren cauces a la expresión de opiniones de quienes no tienen oportunidad de hacer oír su voz, de las grandes mayorías de la nación" (Toussaint, 1987).

Radio Universidad de Guerrero instrumentó, acaso, la batalla más fuerte por su modelo radiofónico en pro de los intereses populares. Su rector, en 1981, anunciaba: "en lo relativo a la extensión universitaria (debía) rescatar los valores culturales de nuestro pueblo y tratar de llevar a este los elementos que le permitan conseguir una vida siquiera digna". La radio era uno de sus instrumentos más importantes de acción, cuyo permiso fue negado una y otra vez hasta 1988, orillando a transmisiones piratas y movimientos solidarios, huelgas, etc. Incluso, el Gobierno Federal llegó a retirar el subsidio a esa casa de estudios en tanto mantuviera señales radiofónicas al aire" (Romo, 1990: 159).

El modelo clásico estaba herido de muerte. No solo la politización de algunas universidades públicas obliga al replanteamiento de sus objetivos, sino también el mismo análisis de la cultura y la extensión, visto a través de nuevas experiencias sociales y académicas. En 1980, du-

rante la I Reunión de Radiodifusoras Universitarias, Culturales y Educativas se escucharon diversas críticas. André Bruegger, representante de la UNESCO en dicha reunión, declaraba que las radios universitarias eran "lujo elitista de la producción de las emisoras universitarias que corresponden a los intereses sectoriales de quienes realizan los programas... mientras que la función radiofónica universitaria debe preocuparse por educar y difundir la cultura del propio país".

Nuevos puntos de vista se oyen en las radios universitarias. Hernán Ramírez, director de *Radio Universidad de Yucatán*, opinaba en 1983: "Hasta el momento actual, la mayoría de las estaciones culturales enfocan su programación a los núcleos de cultura superior, lo que considero un error, pues esta parte de la sociedad no necesita que se refuercen sus conocimientos con mensajes radiofónicos. Por el contrario, la programación de las difusoras culturales debe dirigirse a aquellas personas que no tienen oportunidad de obtener información básica necesaria de una manera regular, como sería asistiendo a una universidad o instituto de enseñanza superior" (Ramírez, 1983: 96).

Además de estos factores de crisis que no se han resuelto del todo, hay que

añadir otros que se derivan de los nuevos escenarios económicos y de política educativa y cultural. La reforma del Estado mexicano ha iniciado un proceso de evaluación de las instituciones de educación superior, encaminado a verificar y reorientar, en su caso, las políticas nacionales sobre la base de que la educación "tiende a convertirse, básicamente, en un recurso para incrementar la productividad y la competitividad, para renovar las estructuras económicas y enfrentar los cambios que de ella se derivan" (CIEES, 1996) desplazando actividades resultantes de la vieja concepción en donde la universidad aceptaba la obligación de ampliar la docencia y la divulgación de la ciencia, la transferencia de conocimientos a la sociedad, democratizando el saber y promoviendo la formación de una conciencia crítica, así como las actitudes y tareas de solidaridad social.

Como resultado de este debate, la extensión de la cultura -y, dentro de ella, las emisoras universitarias- resiente la disminución de partidas presupuestarias y el debilitamiento de su orientación "humanística" que ha puesto el énfasis en programas de sensibilización artística dejando de lado el fortalecimiento de valores, actitudes y comportamientos éticos, cívicos y políticos que también forman parte del quehacer cultural. ¿Y qué decir de los nuevos escenarios mediáticos planteados por el predominio de la tecnología digital y su sobreoferta informativa que incluye, de manera notable, contenidos culturales minoritarios, típicos de las programaciones complementarias de nuestras universidades como las bellas artes, la cultura de elite, a través de señales restringidas e interactivas? ¿Qué nuevas posiciones estamos obligados a jugar en medio de las emisoras "libres" o de aire y la creciente formación de las redes digitales de información multimedia? ¿Cuál es la situación profunda que viven hoy las estaciones universitarias en el contexto del servicio público del país? ¿Qué alternativas se le presentan ante la ideología del mercado, la productividad, la autosuficiencia financiera y la reconversión digital del sistema integrado de información?

Los modelos emergentes

Hoy, existen en México 24 estaciones universitarias y 4 tecnológicas, integradas en el SINPRIES (Sistema Nacional

de Productoras y Radioemisoras de Instituciones de Educación Superior). La agrupación también incluye a las unidades productoras de radio que operan en universidades que aún no tienen frecuencias autorizadas.

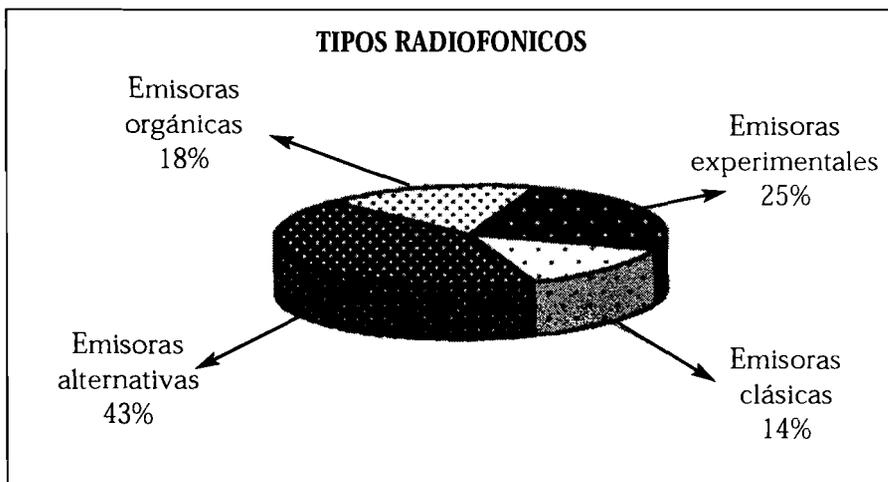
Estas emisoras pueden ser clasificadas como institucionales. Son resultado de cierto tipo de propiedad social que permite a organismos permanentes que han demostrado históricamente su utilidad y que la sociedad, a través del Estado, del Gobierno o de diferentes asociaciones, reconoce como valiosas, dotándolas de medios de producción o transmisión radiofónica. Su fuerza de trabajo se integra por profesionales asalariados, técnicos que independientemente de los lazos solidarios, posiciones que jueguen en la comunidad, deben cumplir eficientemente tareas encaminadas a fortalecer los lazos comunicativos entre la institución y determinado sector social, anteponiendo a sus intereses personales aquellos declarados por el organismo al que se pertenece. La conexión con el desarrollo tecnológico es variable, pues algunas cuentan con apoyos financieros importantes, pero otras no. Este perfil, resultado de interrelaciones específicas en lo político, técnico y discursivo, ha variado hacia otros, como los siguientes:

Institucional experimental formado por la propiedad institucional del medio de comunicación y las herramientas para producir materiales sonoros, pero sin la clara definición de sus alcances, objetivos, metas programáticas y con amplia autonomía derivada de la débil incrustación orgánica en las políticas universitarias, en la planeación e, incluso, en su presupuesto;

La legitimidad del decir de estas emisoras no está, pues, en las audiencias ni en el mercado de medios, sino en las esferas oficiales de la institución, en el discurso iluminista y la crítica especializada. Es más, es notable el desprecio por los procesos de recepción que se desatan en el consumo de los otros medios.

Institucional popular caracterizado por un proyecto de extensión cultural que otorga a los medios de comunicación una misión de transformación social, cultural y política de los grupos dominados de modo que puedan subvertir un orden social;

Institucional alternativo que reconoce el valor de la radio como instrumento de sensibilización educativa y artística en oposición a modalidades culturales co-



merciales, abriendo espacios para la expresión de minorías ilustradas o sectores marginados de la capacidad de decir en los medios de mercado;

Institucional orgánico es aquel que, derivado de los intereses de una universidad, establece un proyecto de comunicación institucional privilegiando la difusión de la información útil para el emisor en detrimento de las necesidades informativas del sector demandante, con amplios sectores de programación dedicados a los temas llamados oficiales; e,

Institucional estratégico que busca negociaciones permanentes entre la demanda de oyentes y las necesidades institucionales, luchando por una posición competitiva en el mercado radiofónico.

A base de esta tipología, la radio universitaria y educativa mexicana puede clasificarse en 7 estaciones bajo el perfil institucional experimental, 4 como institucional clásico, 12 como institucionales alternativas y 5 emisoras orgánicas. Las primeras, como los casos de las radios tecnológicas y de las universidades de Campeche y Nuevo León, se caracterizan por: a) la falta de definición y recono-

cimiento de sus objetivos por parte de la institución, b) debilidades serias en la infraestructura de producción y/o transmisión que las obligan a operar señales de bajo alcance, c) falta de apoyo económico que, para algunos casos, se traduce solo en el pago de una nómina de 2 o 3 personas y de la energía eléctrica (algunas ni siquiera entran en los procesos de planificación y presupuestación anual); y, d) la programación tiene horarios reducidos, inestables y con el apoyo de fuertes espacios musicales, o de programas grabados por instituciones diferentes de las operarias. En casos extremos, se nota cierto divorcio y desencanto entre los grupos de trabajadores y la institución, cosa fácilmente percibida en la programación "al aire". En otras, como *Radio Politécnico Nacional*, la vitalidad es sorprendente.

Las institucionales clásicas y alternativas tienen un mayor grado de inserción en la estructura de las universidades públicas. Se caracterizan por: a) dependencia de departamentos de extensión universitaria, b) líneas implícitas de trabajo, no formales, c) infraestructura profesional con notables carencias, salvo excepciones, d) fuerza de trabajo insuficiente, de poca actualización y presiones sindicales anómalas, e) programación que puede oscilar entre perfiles clásicos y con predominio musical popular, f) fuerte presencia de colaboradores independientes que subrayan los objetivos sociales de las emisoras en detrimento de las obligaciones institucionales tales como la divulgación de la ciencia, la docencia y la extensión de la cultura y los servicios.

La institucionalidad orgánica supone mayores niveles de compromiso entre la casa de estudios y sus emisoras. Esto puede observarse en los siguientes aspectos: a) líneas explicitadas en planes institucionales de desarrollo, b) mayor desarrollo de los recursos humanos y técnicos, c) programaciones equilibradas tanto en espacios de servicio social como en programas que reflejan la identidad institucional. Sin embargo, la carencia de recursos económicos suficientes impacta, sobre todo, en los elementos infraestructurales, como se demuestra en la obsolescencia de los equipos de transmisión (caso de *Radio Universidad Veracruzana* o *Radio Universidad de Guadalajara*), inaugurando un tipo de desfase no conocido todavía en estaciones alternati-

vas: contar con amplios cuadros de producción institucional y no contar con infraestructura adecuada de transmisión que permita la difusión real del mensaje universitario. El criterio de orgánico ha sido añadido en virtud de que los objetivos propiamente universitarios o educativos han sido clarificados, los niveles de dependencia de la estructura productiva son mayores y la programación refleja los intereses de la casa de estudios en espacios especializados.

Aunque no existe en México el modelo estratégico caracterizado por promover relaciones dialogales institución-mercado radiofónico-audiencias, observamos indicios de la evolución del orgánico hacia el estratégico pues: a) se intentan utilizar géneros que reflejan la problemática social desde una óptica universitaria (caso de *Radio Universidad de Guadalajara*), cuyos abundantes espacios noticiosos conllevan un importante sesgo reflexivo y crítico; b) varias emisoras están incorporándose a las mediciones de audiencia para ajustar sus ofertas y tratar de fortalecer su impacto social; y, c) las necesidades financieras de nuestras casas de estudios están orillando a la revisión de las formas de financiamiento y la optimización de los equipos productivos.

La clasificación enseña con más claridad la realidad de la radio universitaria y educativa en México. Los derroteros posibles y sus transformaciones, sin embargo, no se transparentan dado que hay diversos niveles de desarrollo y las presiones externas las impactan de diversos modos. La apreciación del movimiento de cada una de sus potencialidades, y quizás tendencias, solo podrá ser vista mediante estudios más profundos.

REFERENCIAS

- CIEES. *Marco de referencia para la evaluación*. Documento de trabajo, junio de 1996. México. SEP. Coordinación Nacional para la Planeación de la Educación Superior.
- RAMIREZ Loría, Hernán. "Proyección de la Universidad a través de la radio". En: *Foros de consulta popular sobre comunicación social*. Tomo 4, julio de 1983. México.
- ROMO, Cristina. *Las otras radios; voces débiles, voces de esperanza*. IMER-Fundación Manuel Buendía. México, 1990.
- TOUSSAINT, Florence. "Radio Unam, medio siglo". En: *Revista Proceso* nº 553, 8 de junio de 1987.
- WEB SITE, *Radio UNAM*: www.radio.unam.mx

La clasificación enseña con más claridad la realidad de la radio universitaria y educativa en México. Los derroteros posibles y sus transformaciones, sin embargo, no se transparentan dado que hay diversos niveles de desarrollo y las presiones externas las impactan de diversos modos.