

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**RETOS Y PERSPECTIVAS DE LA RADIO UNIVERSITARIA DE
CARA AL SIGLO XXI.**

**CASO ESPECÍFICO:
RADIO UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO.**

**T E S I S P R O F E S I O N A L
Q U E P A R A O B T E N E R E L T Í T U L O D E
L I C E N C I A D O E N C I E N C I A S D E L A C O M U N I C A C I Ó N
P R E S E N T A :**

D A L I A T A P I A M A R Í N

Director de tesis: David Napoleón Glockner Corte.

Ciudad Universitaria, D.F.

2003.

R

DEDICATORIA

A mi madre,

por todo...

por siempre...

y

P

AGRADECIMIENTOS

A todas aquellas personas que, de diversas formas, hicieron posible la realización de este trabajo.

ÍNDICE

Introducción.....	5
--------------------------	----------

Capítulo I

Historia y conceptos de la radio.....	9
--	----------

1.1	Antecedentes de la radio.....	9
1.2	Definición, características, funciones y categorías de la radio.....	12
1.2.1	Radio Comercial.....	15
1.2.2	La Otra Radio.....	17
1.2.2.1	Radio Gubernamental.....	18
1.2.2.1.1	Gobierno Federal.....	18
1.2.2.1.1.1	Instituto Mexicano de la Radio (IMER).....	19
1.2.2.1.1.2	Radio Educación.....	20
1.2.2.1.2	Gobierno Estatal.....	22
1.2.2.2	Radio Indigenista.....	22
1.2.2.3	Radio Independiente o Participativa.....	25
1.2.2.4	Radio Libre o Pirata.....	26
1.2.2.5	Radio Universitaria.....	28
1.2.2.5.1	Radiodifusoras universitarias del Distrito Federal.....	30
1.2.2.5.1.1	Radio Ibero.....	30
1.2.2.5.1.2	El Politécnico en Radio.....	30

Capítulo II

Política, Economía, Sociedad y su Relación con los Medios de Comunicación Masiva en México.....	32
--	-----------

2.1	Política y medios de comunicación.....	32
2.1.1	El nuevo gobierno.....	34
2.1.2	Gobernantes en el cuadrante radiofónico.....	37
2.2	Economía y medios.....	37
2.2.1	Concesiones e impuestos.....	39
2.3	Sociedad y medios.....	41
2.4	Medios.....	41
2.4.1	El cuadrante nacional.....	42
2.4.1.1	El cuadrante de la Ciudad de México.....	43
2.4.2	Televisión y prensa nacionales.....	43

Capítulo III

Radio UNAM.....45
3.1	Historia.....45
3.1.1	Un modesto comienzo.....45
3.1.1.1	El entorno.....48
3.1.2	Bahía de Cochinos.....49
3.1.3	La época de oro.....49
3.1.4	Los sismos de 1985.....52
3.1.5	1987.....53
3.1.6	Evolución técnica.....55
3.2	Organización.....59
3.2.1	Preceptos universitarios y objetivos.....59
3.2.2	Funciones.....60
3.2.3	Estructura.....60
3.2.4	Ingresos.....62
3.3	Programación.....62
3.3.1	Un breve recorrido.....62
3.3.2	Oferta programática en enero de 2001.....65
3.3.2.1	División de frecuencias, horarios y clasificación de programas.....67
3.4	Sus números.....69
3.4.1	El rating.....69
3.4.2	Los acervos.....71
3.5	Proyectos.....72
3.5.1	Una nueva filosofía.....72
3.5.2	Redefinición de contenidos.....74
3.5.3	Otros.....76

Capítulo IV

Retos y perspectivas de la radiodifusión universitaria

Caso específico: Radio UNAM.....79
4.1	Legislación y financiamiento.....79
4.1.1	Comercializar o no comercializar.....79
4.1.1.1	Probabilidades de comercialización.....81
4.1.1.2	Consecuencias de la comercialización.....82
4.1.1.2.1	Contenidos y programación.....82
4.1.1.2.2	Ingresos por publicidad.....83
4.1.1.2.3	Ingresos por subsidio.....84
4.1.2	Alternativas.....84
4.1.2.1	La Universidad.....84
4.1.2.2	El Estado.....85
4.1.2.2.1	Desinterés del Estado.....87

4.1.2.3	La sociedad.....	88
4.2	Autoridades.....	89
4.2.1	Estado-Universidades-Radiodifusoras.....	89
4.2.2	Radio UNAM.....	91
4.3	Experimentación.....	94
4.3.1.	¿En dónde está la creatividad?.....	94
4.3.2	Radio UNAM y la experimentación.....	96
4.3.2.1	Temas, lenguaje y música.....	97
4.3.2.2	Resistencia al cambio.....	99
4.3.2.3	Personal.....	104
4.3.2.3.1	Personal no calificado, causas.....	105
4.3.2.3.1.1	Personal interno.....	105
4.3.2.3.1.2	Personal externo.....	107
4.3.2.4	Sindicato.....	108
4.4	Tecnología.....	110
4.4.1	La radio digital.....	110
4.4.1.1	Radiodifusión universitaria y conversión tecnológica.....	111
4.4.1.1.1	Radio UNAM y la tecnología.....	113
4.4.1.1.1.1	Una alternativa para Radio UNAM.....	113
4.4.2	Internet y la radiodifusión universitaria.....	114
4.4.3	Onda Corta.....	116
4.4.4	Desarrollo social y tecnología.....	117
4.5	Elite y masa.....	118

Capítulo V

Una propuesta para Radio UNAM..... 122

5.1	Capitalismo, medios de comunicación masiva e identidad cultural.....	122
5.1.1	El caso mexicano.....	124
5.1.1.1	Radio e identidad cultural.....	125
5.1.1.1.1	El papel de <i>la otra radio</i>	126
5.1.1.1.1.1	Una propuesta para Radio UNAM.....	127
5.1.1.1.1.1.1	La estrategia.....	128
5.1.1.1.1.1.1.1	Enseñar a ver, escuchar y leer a los medios.....	129
5.1.1.1.1.1.1.2	Abrir las cabinas de Radio UNAM.....	131
5.1.1.1.1.1.1.3	Transformar a Radio UNAM.....	135
5.1.1.1.1.1.1.3.1	Creación de la red de radiodifusoras universitarias.....	137

Conclusiones 139

Anexos150
1	Cobertura de las emisoras pertenecientes al Sistema de Radiodifusoras Culturales Indigenistas del Instituto Nacional Indigenista (Versión preliminar, septiembre 1998).....150
2	Radiodifusoras universitarias de la República Mexicana.....153
3	Programación de Radio Ibero 90.9 FM.....162
4	Programación de El Politécnico en Radio 95.7 FM.....163
5	Radiodifusoras por entidad federativa en el 2000.....166
6	Los radio-hogares en México (1999).....167
7	Estadísticas por cadenas concesionadas en el 2000.....168
8	El cuadrante de la Ciudad de México.....169
9	Reconocimientos a Radio UNAM.....173
10	Organigrama de Radio UNAM.....174
11	Directores de Radio UNAM.....175
12	Nombres y cargos en Radio UNAM.....176
13	Programación de AM y FM, enero de 2001.....179
14	Programación de AM y FM, agosto de 1998.....183
15	Mediómetro Radio Ciudad de México, (Inra).....187
16	Programación de AM y FM, noviembre de 2001.....188
17	Organismos relacionados con Radio UNAM.....192
Bibliografía198

INTRODUCCIÓN

La vulnerabilidad del hombre del siglo XXI es tan manifiesta cuanto lo es el poder de los medios de comunicación masiva.

Los principales medios de comunicación masiva son empresas trasnacionales, cuyo origen se encuentra en las naciones llamadas del Primer Mundo. Ellos, a través de la propiedad de la tecnología y la manipulación de la información, influyen de manera directa o indirecta en el resto de los medios de comunicación.

De forma directa, cuando dichos medios tienen participación accionaria, de capital o de contenidos, e indirecta, en tanto poseen la mayor parte del mercado y obligan a la competencia a adoptar sus modelos.

Bajo este esquema, el control es absoluto y la posibilidad de que emerja una oferta diferente se vuelve casi nula. Las existentes, si acaso las hay, se mantienen de tal forma que no representen un peligro para el sistema.

En México, por ejemplo, predominan los medios de comunicación privados y éstos han abrazado las formas de comercialización y de contenidos de los Estados Unidos de América. Ello ha significado la imposición de una cultura ajena a la población, el que prefiera programas de entretenimiento “fácil” (a la manera *yanqui*), y en consecuencia, el que experimente una creciente disminución de su capacidad crítica y de su autonomía.

Dentro de este contexto, y tomando como referente a la *Teoría Crítica* de la Escuela de Frankfurt -a la cual le preocupan tanto los efectos que la comunicación de masas tiene sobre la sociedad, particularmente en el aspecto ideológico, como el análisis de las formas expresivas que no encuentran amplia aceptación-, es que este trabajo se da a la tarea de exponer los retos y perspectivas de la radiodifusión universitaria mexicana de cara al siglo XXI.

Las emisoras universitarias del país pertenecen a los medios de comunicación de carácter público, cultural, permisionario y sin posibilidad de lucrar con sus espacios. Por todo ello, se consideran medios de comunicación opuestos a los privados (concesionarios, comerciales y con la capacidad de vender sus tiempos al mejor postor).

Aunado a lo anterior, al ocuparse de los temas que, en su mayoría, no son difundidos por una estación radiofónica privada, las radiodifusoras pertenecientes a Instituciones de Educación Superior cuentan con una reducida audiencia. Incluso, se les califica de elitistas, pues se dirigen a un público muy específico como es el conformado por académicos e investigadores universitarios.

Ante esta situación y debido a que el comienzo de un siglo, y con él, el de un milenio, genera la necesidad de respuestas que brinden una cierta seguridad hacia el futuro, esta investigación pretende evaluar los problemas que la radiodifusión universitaria tiene para saber si, a pesar de ellos, puede transformarse y convertirse en una modalidad con fuerte presencia, si desaparecerá o si tan sólo se mantendrá como hasta ahora.

Al contar 33 casas de enseñanza superior con al menos una frecuencia radiofónica otorgada por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, se determinó elegir a la difusora de la Universidad Nacional Autónoma de México como objeto de estudio por dos razones: una, es la estación pionera de carácter universitario en el país y, dos, se ubica en el Distrito Federal, la demarcación territorial de mayor importancia de la nación.

Aquí es oportuno advertir al lector un par de cuestiones: primera, muchas de las generalizaciones hechas para la radiodifusión universitaria a partir de un caso específico como Radio UNAM, pueden originar un cierto margen de error.

Segunda, por el tiempo en el cual fue elaborado el trabajo que ahora tiene en sus manos –enero de 2001 a enero de 2002- algunos de sus razonamientos e información, ya no serán válidos en la actualidad.

Así las cosas, y no sin subrayar la ardua labor de investigación llevada a cabo, -pues la carencia de referencias bibliográficas respecto a la radio universitaria, y a la radio en general, obligó a quien esto escribe a recurrir a cuantiosas y dispersas fuentes de información: periódicos, revistas, documentos inéditos, entrevistas, páginas web, audiografía, videografía, etc.- se describirá, enseguida, la estructura del trabajo.

Capítulo I. En él se hace una breve referencia a la historia de la radio, a sus características y funciones, así como a los perfiles que ha ido adquiriendo el medio de acuerdo con los intereses de sus hacedores y escuchas.

La atención principal se orienta hacia la radio universitaria con la finalidad de ofrecer un panorama, lo más completo posible, de esta subcategoría.

En el Capítulo II se establecen las condiciones políticas, económicas y sociales en las que se desenvuelve la radio universitaria en general, y Radio UNAM en particular. Asimismo, se esboza el ámbito comunicacional en el que se inserta la radiodifusión de las Instituciones de Educación Superior en México.

Es preciso anotar que el mencionado Capítulo no sólo proporciona al lector los elementos mínimos indispensables para una mejor comprensión de los temas tratados en los siguientes apartados, sino que, además, cumple con uno de los planteamientos de la Escuela de Frankfurt: analizar el contexto en el cual opera el objeto de estudio, a fin de entender los distintos factores que lo determinan.

De acuerdo con los frankfurtianos, de no realizar dicho análisis, se corre el riesgo de obtener un conocimiento fragmentario o erróneo.

En lo correspondiente al Capítulo III, se relatan los orígenes, desarrollo y situación actual de Radio UNAM. Entre más se sepa del devenir histórico de la emisora de la Máxima Casa de Estudios, más herramientas se tendrán para deducir sus oportunidades hacia el futuro.

Desde luego, para hablar de oportunidades, es necesario hablar de los obstáculos que impiden el desarrollo de la radiodifusión universitaria mexicana y a ello se aboca el Capítulo IV.

El ocuparse de los retos de la radio que se produce en los centros de enseñanza superior implica el estudio de múltiples variables y hacer críticas que, en ocasiones, pudieran confundirse con ataques, razón por la cual conviene hacer una aclaración: el objetivo de esta investigación no es descubrir las dificultades de la radio universitaria, pues de sobra se conocen y se enuncian en cada oportunidad, sino averiguar cómo es que se originaron tales problemas, cuál es su condición actual y exponer las diferentes formas de responder a ellos, indicando ventajas y desventajas.

Es necesario reiterar que lo anterior, no tiene otro fin más que el de determinar las perspectivas de este tipo de radiodifusión y, en consecuencia, servir como punto de partida para futuras investigaciones u orientar la labor de quienes tengan relación con el trabajo radiofónico de una Institución de Educación Superior.

Esto último puede ocurrir en cualquier momento, ya que Fernando Escalante, director de Radio UNAM, manifestó su interés por crear un nuevo proyecto que rija el quehacer de la emisora universitaria. Este hecho, a su vez, justifica aún más la existencia de esta investigación, así como la propuesta que en ella se hace.

Finalmente, en el Capítulo V con base en la citada *Teoría Crítica* de la Escuela de Frankfurt, y con el ánimo de evidenciar uno de los múltiples efectos negativos de la actividad de los medios de comunicación masiva –en particular de los privados- como aparatos ideológicos del capitalismo, se hace referencia a la pérdida de la identidad cultural de los mexicanos.

La población nacional ha adoptado valores, costumbres, códigos de conducta, etc., distintos a los suyos, debido a la acción cotidiana de los medios de comunicación masiva, los cuales están fuertemente influenciados por los estadounidenses. Este hecho ha derivado en una pérdida gradual de la identidad cultural de la sociedad mexicana.

Como en su momento será dilucidado, este es un grave problema que requiere atención inmediata por parte de los científicos sociales, y sobre todo por los comunicólogos, considerando que han sido los medios de comunicación los principales promotores de una cultura ajena a los mexicanos. De ahí el interés de esta investigación por el tema.

Un segundo motivo para profundizar en dicho asunto ha sido divulgar y exaltar lo que la radio universitaria, y Radio UNAM en especial, pueden aportar a su solución, lo que, al mismo tiempo, tiene otro propósito: demostrar la pertinencia e importancia de la radio

universitaria, tanto para su audiencia inmediata (estudiantes, académicos e investigadores), como para la sociedad en su conjunto en el actual contexto social.

En este sentido, se realiza una propuesta a considerar por quienes elaboren el nuevo proyecto de Radio UNAM, misma que se resume en un objetivo general: *salvaguardar la identidad cultural de los mexicanos*.

Ante todo lo expuesto, probablemente haya quien se pregunte ¿por qué interesarse en la radio –un medio unisensorial- cuando actualmente existen medios de mayor atractivo al ser capaces de transmitir imagen y sonido como la televisión o imagen, sonido y datos como Internet?

Porque, por sus características, la radio *preserva modos de imaginación, de percepción y de construcción del mundo diferentes a las instaladas por el complejo visual/audiovisual*, y envuelve e involucra al individuo más que ningún otro medio de comunicación. Si el objetivo es *salvaguardar la identidad cultural de los mexicanos*, tales condiciones son de suma trascendencia.

A esto se suma el que, la radio no ha sido lo suficientemente investigada y explotada.

¿Y por qué preocuparse por una modalidad radiofónica como la universitaria?

Porque, por sus cualidades, la radio universitaria podría contribuir, más que ninguna otra subcategoría radiofónica, a elevar a las personas de su calidad de objetos a la de sujetos.

Por último, cabe mencionar que en el presente, los cambios se viven de manera rápida y constante, los medios de comunicación masiva son parte de ellos y el saber acerca de los problemas de los segundos y entenderlos puede ser de vital importancia para su permanencia y fortaleza en el mañana.

El análisis de los retos y perspectivas de la radio universitaria de cara al siglo XXI, a partir de un caso específico como Radio UNAM, constituye tan sólo una aproximación a la radio y, en especial, a la radio hecha en los centros de enseñanza superior, con la finalidad de que ambas sean examinadas, revaloradas y aseguren su existencia en el futuro como medios de comunicación, cuya función social se cumpla en todo momento.

CAPÍTULO I HISTORIA Y CONCEPTOS DE LA RADIO

*Cajita, sujétate a mí cuando escapo,
que no se rompan tus tubos,
llevada de casa al barco, del barco al tren,
para que mis enemigos puedan seguir hablándome
cerca de mi lecho, para mi dolor,
lo último por la noche, lo primero por la mañana,
de sus victorias y de mis inquietudes,
prométeme que no callarás de repente.*

Bertolt Brecht.

1.1 Antecedentes de la radio.

Guillermo Marconi ha pasado a los anales de la historia como el inventor de un aparato que, en los inicios del siglo XX, revolucionó el mundo de la comunicación, así como el del comercio, la política y la propia conciencia de las personas: el radio.¹

El radio

(...) permite transmitir los sonidos a distancia utilizando las ondas, impulsos eléctricos invisibles que se propagan en la atmósfera y el espacio. Esas ondas llamadas "hertzianas"... u ondas de radio, del latín *radius* (rayo), se propagan a la velocidad de la luz (300.000 km/s). Las vibraciones sonoras son transformadas en energía eléctrica, la que a su vez se convierte en una onda electromagnética mediante una antena. La onda emitida es captada luego por una antena receptora y reconvertida en señal eléctrica que, amplificada y tratada, vuelve a ser finalmente, gracias al altavoz, el sonido emitido inicialmente.²

A diferencia del telégrafo, el radio hizo posible la transmisión de mensajes sin que hubiera cables de por medio, motivo por el cual, se dispuso de él como instrumento de comunicación con y entre barcos para fines militares, por ejemplo. Sin embargo, hubo quien le dio una aplicación -en aquellos días- peculiar, dando lugar a un fenómeno sin precedentes.

¹ Vid. Yolanda Bravo y Nadina Illescas, "El disparo que revolucionó al mundo: Guglielmo Marconi a 100 años de la radiocomunicación", *Los universitarios*, diciembre de 1995, pp. 4 y 5.

² "Cómo funciona la radio", *El correo de la UNESCO*, febrero de 1997, p. 39.

La noche de Navidad de 1906, desde Estados Unidos, Reginald Fessenden, <<"el primer inventor estadounidense importante en experimentar con equipo inalámbrico">>³, tocó el violín, cantó, leyó fragmentos de la *Biblia* y empleó un fonógrafo para emitir una grabación. Para tales efectos, utilizó un alternador Alexanderson y un micrófono de teléfono.

La acción de Fessenden se convirtió, de esta forma, en <<"la primera emisión de la que tenemos noticia que se realizó inalámbricamente usando radiotelefonía y que de alguna manera se asemeja a lo que hoy conocemos como radiodifusión...">>⁴.

Aquí cabe hacer una distinción:

La radiotelegrafía era el envío de señales telegráficas por los aires evitando el uso de cables, la radiotelefonía, era el envío de sonidos, voces y demás elementos audibles por el espacio evitando el uso de cables, y la radiodifusión era la aplicación de los principios de la radiotelefonía para conectar a un sinnúmero de radioescuchas con un emisor determinado logrando un carácter masivo...⁵

Hacia la década de los 20, ya eran numerosos los radioaficionados existentes, y si no realizaban sus propias transmisiones, seguían muy de cerca los pasos de sus homólogos o de algunas empresas. Los radios de galena podían ser comprados o contruidos en los hogares.

En forma paralela, las innovaciones tecnológicas iban en aumento. El objetivo era mejorar la calidad de la comunicación, así como el alcance de la misma.

Con respecto a México, el 17 de septiembre de 1902, después de que Marconi lograra comunicarse vía inalámbrica de una a otra orilla del Atlántico, el entonces presidente de nuestro país, Porfirio Díaz, expresó en su Primer Reporte Oficial al Congreso de la Unión lo siguiente:

<<"Primeras pruebas de telegrafía sin hilos, efectuadas cerca de Veracruz con equipos franceses Ducrest e ingleses Marconi, adquiridos en 1901 por el Poder Ejecutivo; con ellos se ha logrado comunicación inalámbrica hasta una distancia de 113 Km entre las estaciones">>⁶.

En los años ulteriores, continuaron los esfuerzos por enlazar a más entidades con equipo radiotelegráfico, y no fue sino hasta 1919 cuando Constantino de Tárnava instaló la primera emisora mexicana. Se trató de

(...) una estación experimental a la que bautizó T.N.D.: Tárnava Notre Dame. A partir de octubre de 1921... el ingeniero de Tárnava empezó a difundir con toda regularidad y a horario fijo: de 20:30 a 24

³ Francisco de Anda y Ramos, *La radio. El despertar del gigante*, p. 42.

⁴ *Idem*.

⁵ Roberto Ornelas Herrera, *La radiodifusión mexicana a principios del siglo XX...*, p. 42.

⁶ José de la Herrán, "La radiocomunicación en México. Efemérides de sus comienzos", *Ciencia y desarrollo*, julio-agosto de 1995, p. 96.

horas. En 1923, recibida la autorización oficial 24-A, siguió sosteniendo las transmisiones iniciadas en 1921, identificándose al aire como '24 A Experimental'. En el mismo año de 1923, el gobierno autorizó las primeras radiodifusoras, cuando ya de Tárnava tenía largo tiempo de estar siendo captado por sus coterráneos.⁷

Empero, hay quienes difieren de señalar a De Tárnava como el pionero de la radiodifusión nacional. Por ejemplo, Fátima Fernández indica que fue Adolfo Enrique Gómez Fernández el primero en emitir mensajes radiofónicos en el país.

De acuerdo con la investigadora, Gómez Fernández transmitió desde la Ciudad de México un 27 de septiembre de 1921⁸, mientras que Constantino de Tárnava hizo lo propio en Monterrey, pero hasta el 9 de octubre del mismo año. La diferencia es de unos cuantos días.

El tiempo continuó su marcha y la radiodifusión mexicana, de ser un pasatiempo de aficionados, se convirtió en una industria formidable. El detonador lo constituyeron las transmisiones regulares, así como el crecimiento en número y calidad de las emisoras.

Generalmente, los estudiosos de la radio coinciden en señalar que el período más fructífero de la radiofonía nacional comenzó en 1930 con el nacimiento de la XEW de Emilio Azcárraga, y concluyó, en 1948, con la aparición de los discos de 33 y 45 revoluciones por minuto (rpm). Sin embargo, es la llegada de la televisión a los hogares la que desplaza a la radio.

En 1950, hizo su arribo la también llamada *pantalla chica*, y comparando la rentabilidad del nuevo medio con la de aquél que les había permitido amasar importantes cantidades de dinero, este último pasó a un segundo término para los empresarios, dando lugar al modelo de operación que hasta el día de hoy se conoce: música grabada alternada con comerciales y breves intervenciones de un locutor.

Pese a lo anterior, y como producto de una diferencia de calidad de sonido entre la AM y la FM, la primera se inclinó, posteriormente, aunque no en su totalidad, hacia el género hablado⁹, lo cual ha permitido a la radio posicionarse como un medio alternativo de información y análisis en los casos en que la televisión y la prensa escrita no satisfacen las necesidades de la población al respecto.

Sucesos como los terremotos del 85, los comicios del 98 y del 2000, entre otros, fueron cubiertos y discutidos en su totalidad por la radio cuando los otros medios se vieron imposibilitados a hacerlo. De ahí, su importancia para la sociedad.

⁷ Jorge Mejía Prieto, *Historia de la radio y la televisión en México*, p. 14.

⁸ Vid. Fátima Fernández Christlieb, *Los medios de difusión masiva en México*, p. 120.

⁹ "En una primera instancia, podemos agrupar los programas de radio en dos grandes géneros: los musicales y los hablados, sea que en ellos predomine la música, bien la palabra". Mario Kaplún, *Producción de programas de radio*, p. 133.

En lo referente a las postrimerías del siglo XX, gran parte de las estaciones radiofónicas -incluyendo las pertenecientes a FM- incorporaron a su programación habitual emisiones informativas.

Con respecto al ámbito tecnológico, la mayoría de las radiodifusoras se sumaron al uso de satélites y otras más incursionaron en Internet. De igual forma, se volvió frecuente la utilización de DAT's, MiniDisc's y procesadores sonoros digitales. De hecho, apareció la radio digital.

Así las cosas, lo que empezó siendo una labor de aficionados, en lo sucesivo se convirtió en una actividad que involucró a las grandes masas, obligando a los radiodifusores a diseñar políticas programáticas y estrategias de mercadotecnia cada vez más complejas. Lo que nunca ha cambiado ha sido la utilización de la voz, la música, y más tarde, el uso de los efectos –en tanto instrumentos- para elaborar mensajes radiofónicos.

1.2 Definición, características, funciones y categorías de la radio.

Por principio, ¿qué es la radio?

"La radio es un medio de comunicación que necesita de una infraestructura tecnológica para poder ser, es un medio inalámbrico que envía señales sonoras a distancia en forma dispersa y unidireccional..."¹⁰

Pero eso no es todo, de acuerdo con Dennis McQuail, la radio es un medio de comunicación *masiva* al cumplir con las siguientes características:

- a) Necesidad de una organización formal compleja.
- b) Dirigida a públicos amplios.
- c) Contenidos públicos, abiertos a todos.
- d) Públicos heterogéneos.
- e) Alcance simultáneo "a una gran cantidad de personas que están distantes de la fuente y que, a la vez, se hallan lejos una de otras".
- f) La relación entre emisor y público es impersonal.
- g) El público es un conglomerado de individuos a los que une un foco común de interés, pero no se conocen entre sí.¹¹

Una vez anotado lo que se entiende por radio, es tiempo de hablar acerca de sus limitaciones, consecuencias de las mismas y manera de responder a ellas.

- La unisensorialidad. La emisión se apoya únicamente en el oído produciendo cansancio y distracción en el escucha. Para que esto no suceda, el emisor deberá estimular la imaginación del oyente.

¹⁰ Ma. Cristina Romo Gil, Introducción al conocimiento y práctica de la radio, p.13.

¹¹ *Ibid.*, pp. 14 y 15.

- Unidireccionalidad. El mensaje sólo va del emisor hacia el receptor, por tanto, de éste no se conocen sus reacciones. Dicha situación desemboca en una dependencia del segundo con respecto al primero y cuando aquél se cansa puede rechazar el mensaje. Para evitarlo, el mensaje debe resultarle atractivo al receptor, debe sentir que va dirigido especialmente a él. Con este fin, el emisor deberá hacer uso de la empatía, o lo que es lo mismo, ponerse en el lugar del oyente al diseñar el mensaje que pretende dirigirle.
- Fugacidad. El mensaje radiofónico es efímero, desaparece en el espacio tan rápido como fue emitido. Debido a ello, el mensaje debe ser repetido. A esto se le llama "ley de la redundancia". Ante esta condición, se debe dar poca información y repetirla sin caer en la monotonía. La creatividad está en juego.
- Auditorio condicionado, atención superficial, inconstancia, limitada receptividad a mensajes de cambio. Solución: el generador del mensaje deberá proveer al destinatario con elementos de identificación para generar en éste afectividad y lealtad hacia el medio.¹²

Desde luego, la radio también tiene enormes ventajas. De todos los medios de comunicación, resulta ser uno de los más baratos y fáciles de producir, el de mayor penetración y alcance, así como el que permite desarrollar otras actividades al mismo tiempo que se oyen sus mensajes.

Considerando lo anterior, hay quienes han utilizado el medio para educar, informar o entretener. Esto no quiere decir que cada emisora tenga una función específica. De hecho, pueden mezclarse todas o destacarse una en particular, aunque lo ideal sería que hubiese un perfecto equilibrio entre cada una de ellas.

Además de la función que mayor peso ejerza sobre la programación de una radiodifusora, se encuentran los objetivos y tipo de financiamiento que cada una tiene, situándolas en dos grandes categorías: comerciales y culturales, privadas y de servicio público o concesionadas y permisionadas.

De acuerdo con la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT), la cual data de 1960 y aún se mantiene vigente, puede decirse que existen radiodifusoras concesionadas y permisionadas. Su artículo 13 reza así:

Al otorgar las concesiones o permisos a que se refiere esta ley, el Ejecutivo Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, determinará la naturaleza y propósito de las estaciones de radio y televisión, las cuales podrán ser comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o de cualquier índole.

Las estaciones comerciales requerirán concesión. Las estaciones oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios sólo requerirán permiso.¹³

¹² Vid. Mario Kaplún, *Op. cit.*, pp. 47-76.

¹³ Ley Federal de Radio y Televisión en <http://www.cirt.com.mx/index.html>

La diferencia más marcada entre radiodifusoras concesionadas y permisionadas es que las primeras pueden lucrar con sus emisiones, y las segundas, no.

Sin embargo, para autores como Claude Collin <<"(...) los diferentes tipos de radio que han producido y siguen produciendo las sociedades capitalistas occidentales, se las puede clasificar en dos grandes grupos: las radios comerciales y las llamadas "de servicio público"...>>.¹⁴

Con respecto a la radio privada, Collin dice que "la publicidad es la base de toda la empresa puesto que ahí no hay débito y las emisiones no son más que apoyaturas".¹⁵

Por lo que toca a la radio de "servicio público" comenta: <<Esta radio, controlada por el Estado y que vive del "consenso" de los oyentes, es considerada como un servicio a la población, a los ciudadanos, igual que el cuerpo de bomberos o la escuela primaria obligatoria... esta radio, cuyo objetivo expreso es informar, entretener y cultivar al ciudadano, lo hace para el mayor beneficio del gobierno en turno...>>.¹⁶

Una distinción entre radio comercial y radio cultural fue presentada en 1997 por Felipe López Veneroni, entonces director de Radio UNAM. Él señala que las emisoras definidas como culturales "anteponen a los criterios financieros una filosofía de servicio público" y enfatiza:

Al margen de la *cantidad* de escuchas que se tenga, lo cierto es que nuestras radiodifusoras [las culturales] sí tienen un público que conscientemente elige nuestros espacios, reflexiona a través de ellos y participa; hay una suerte de corresponsabilidad de la emisora hacia esa gente que desea y merece ^[sic] escuchar algo distinto y de la gente hacia estas radioemisoras donde sabe que puede obtener no una cascada de ocurrencias o un entretenimiento inconsecuente, sino información útil, argumentos fundamentados, sonoridades diferentes y respeto a su inteligencia. Se trata de una relación entre gente y no entre clientes.¹⁷

Si se atiende al sentido estricto del término "cultura", entendido como "(...) todos aquellos elementos que el hombre ha ido agregando a la naturaleza: de orden científico, estético, técnico o étnico..."¹⁸ o al de "servicio público" arriba explicado, incluso las emisoras comerciales podrían caer dentro de ellos.

Por todo lo expuesto, se ha llegado a la conclusión de que no hay duda acerca de la utilización de los términos comercial, concesionada o privada en cuanto se refiere a las

¹⁴ Claude Collin, *Radiopoder...*, p. 42.

¹⁵ *Ibid.*, pp. 42 y 43.

¹⁶ *Ibid.*, p. 44.

¹⁷ Felipe López Veneroni, director de Radio UNAM en 1997, "Discurso inaugural", *Reunión Extraordinaria del Sistema Nacional de Radioproduccion y Radioemisoras de las Instituciones de Educación Superior, Documento inédito*, Radio UNAM, Ciudad de México, 11-13 de junio de 1997.

¹⁸ Cristina Romo, *La otra radio: voces débiles, voces de esperanza*, p. 8

emisoras que lucran con sus espacios. Caso contrario ocurre al hablar de las estaciones diferentes a las concesionadas.

El problema parecería resolverse si se hiciera uso de las categorías concesionada y permisionada o comercial y no comercial. Pero entonces ¿en dónde quedan las estaciones operadas por el gobierno federal a través del Instituto Mexicano de la Radio (IMER), que si bien no tienen como finalidad el lucro, sí pueden transmitir publicidad?

Así las cosas, conviene indicar que en la presente investigación se hará uso del término *la otra radio*, -acuñado por Cristina Romo y basado en las imprecisiones de "emisoras de cualquier índole" o "las que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios", señaladas en el artículo 13 de la Ley Federal de Radio y Televisión- para hacer referencia a la radio diferente a la comercial, incluyendo a las estaciones operadas por el IMER.

1.2.1 Radio Comercial.

Las ideas preliminares de radio comercial se encuentran en Lee de Forest y David Sarnoff. Ambos, en la primera década del siglo XX, se expresaron acerca de las posibilidades de explotación que podría tener la radio sirviéndose de lo que, por muchos, era considerada una desventaja: la falta de privacidad de las comunicaciones inalámbricas.

En 1908, De Forest manifestó: "espero el día en que a través de la radio la ópera pueda ser escuchada en casa. Algún día las noticias y aun la publicidad serán transmitidas al público por medio del teléfono inalámbrico".¹⁹

Por otro lado, quien expuso en el papel la iniciativa de hacer de la radiotelefonía un medio de comunicación de masas fue David Sarnoff. Este personaje ruso escribió en 1916 un memorándum a la American Marconi acerca de cómo era que él pensaba hacer económicamente rentable a la radio.

He concebido un plan de desarrollo que podría convertir a la radio en un elemento de esparcimiento hogareño como el piano o el fonógrafo. La idea consiste en llevar la música a los hogares mediante la transmisión inalámbrica.

Podría instalarse, por ejemplo, un transmisor radiotelefónico con un alcance promedio comprendido entre los 40 y 80 kilómetros en un lugar determinado en que se produciría música instrumental o vocal o de ambas clases... Al receptor podría dársele la forma de una sencilla "caja de música radiotelefónica", adaptándolo a varias longitudes de onda de modo que pudiera pasarse de una a otra con sólo hacer girar una perilla o apretar un botón.

El mismo principio podría hacerse extensivo a muchos otros campos, como por ejemplo escuchar en el hogar conferencias, que resultarían perfectamente audibles; también podrían acoplarse y recibirse

¹⁹ Francisco de Anda y Ramos, *Op. cit.*, p. 44.

simultáneamente acontecimientos de importancia nacional... Este proyecto resultaría de especial interés para los granjeros y otras personas que viven en zonas alejadas de las ciudades.²⁰

A lo anterior, se sumaron algunas propuestas sobre fabricación de la "caja de música radiotelefónica", así como de publicidad.

Como ya se sabe, todo eso y más sucedió, pues así como el gobierno estadounidense dejó que la iniciativa privada tomara el control de la telegrafía, también permitió que se hiciera cargo del destino de la radiodifusión. De ahí que la modalidad radiofónica comercial tuviera gran auge en este lugar del mundo.

México, nación influenciada por los Estados Unidos, no tardó en seguir sus pasos en materia radiofónica al igual que otros países del continente como: Chile, Brasil y Argentina en 1922; Costa Rica en 1924; Cuba en 1925; Colombia en 1928; Venezuela en 1930; Perú en 1932, y; Ecuador en 1937.²¹ La historia es como sigue.

Una vez alcanzada la victoria de cubrir amplios territorios, se tuvo la necesidad de ofrecer contenidos interesantes, lo que significaba tiempo de permanencia al aire, es decir, realizar transmisiones constantes con una programación regular.

Posteriormente, cuando la gente se empezó a dar cuenta del enorme potencial de la radio, las intenciones de explotar el nuevo medio como empresa privada pronto se hicieron presentes. Muestra de ello fue la Liga Mexicana de Radio de 1923.

Años más tarde, en 1930, apareció la XEW, y con ella, la radio comercial en todo su esplendor. Desde sus inicios, la emisora contó con los recursos financieros, la relación con los fabricantes de aparatos receptores y la organización adecuada para convertirse en un negocio espectacular.

Emilio Azcárraga Vidaurreta, su fundador, tuvo nexos con la empresa trasnacional RCA. La subsidiaria de ésta, The Mexico Music Co, influyó en el nacimiento de la XEW y en su posterior relación con la National Broadcasting Company (NBC), propiedad de la división de radio de la RCA.

La NBC no se conformó con la XEW, sino que adhirió a su red otras radiodifusoras de la República Mexicana. La Columbia Broadcasting System(CBS) hizo lo propio afiliando a la XEQ y varias estaciones más a su cadena.

Las cadenas de origen nacional también comenzaron a despegar, sin apartarse del camino impuesto por las estadounidenses. En este contexto, llegó 1940 y la consolidación de la radio comercial que antepone los intereses mercantilistas de sus concesionarios,

²⁰ Melvin de Fleur, *Teorías de la comunicación masiva*, p. 93.

²¹ Vid. Peter M. Lewis y Jerry Booth, *El medio invisible. Radio pública, privada, comercial y comunitaria*, p. 81.

anunciantes o compañías disqueras sin preocuparse en demasía por los contenidos que ofrece.

Un factor que propició el crecimiento continuo de esta modalidad radial fue el apoyo de las autoridades gubernamentales, quienes asumieron una actitud conciliadora frente al uso, con fines lucrativos, de los espacios radiofónicos.

Esa postura fue refrendada, además, con facilidades legislativas. En la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960, por ejemplo, se puntualizó que las radiodifusoras podían importar equipos, refacciones y accesorios sin pagar impuesto alguno. Esto trajo consigo una notable mejoría en las instalaciones y en la aparición de nuevas emisoras.

Hoy, la radio comercial supera en número a *la otra radio*. Una de las cosas que más le preocupan es el rating, el cual no es más que una representación aleatoria de audiencia, traducida esta última como el número de compradores potenciales de los productos y servicios de los anunciantes.

Al auditorio se le halaga con contenidos de ínfima calidad porque no puede exigir programación más rica, ya que no la conoce, y si la conoce, le resulta aburrida ante el entretenimiento fácil proporcionado por el medio privado.

Otra característica imputada a la radio concesionada es que frecuentemente se le tiene como fondo musical de cualquier actividad. El motivo: los contenidos de estas emisoras son muy parecidos entre sí y, en las más de las ocasiones, sólo transmiten música grabada alternada con comerciales y comentarios de locutores que están muy lejos de ser trascendentes para demandar la atención total del oyente.

Quizás sean los programas deportivos, los informativos y de entrevista, así como los dedicados a dar consejos para el hogar, aquellos que sean seguidos con más atención por quienes gustan de esta modalidad.

1.2.2 La Otra Radio.

A razón de la estrecha relación de Marconi con el Reino Unido, todo parecía indicar que esta nación iba a liderar la radiodifusión no solamente en el ámbito europeo, sino en el mundial. En la práctica eso no sucedió, en gran parte, debido a que la Post Office mantenía un control férreo sobre las emisoras.

En 1922, las pocas radiodifusoras existentes desaparecieron cuando surgió la British Broadcasting Company (BBC), producto de la unión de diversas compañías incluida la de Marconi.²²

²² Vid. Francisco de Anda y Ramos, *Op. cit.*, p. 54.

No obstante,

En 1925 y 1926, dos comisiones –Reith y Crawford- estudiaron una solución distinta a la comercial para la radiodifusión británica. Prevalció el criterio de crear una <<corporación pública que actuara como depositaria del interés nacional y estuviera integrada por un consejo de gobernadores que velara porque la radiodifusión fuera llevada a cabo como un servicio público>>. Esta institución recibió el nombre de British Broadcasting Corporation, que comenzó su tarea el 1 de enero de 1927, habiendo sido disuelta, el día anterior, la compañía comercial [la primera BBC], a la que fue reembolsado su capital...

...los contenidos difundidos por la radiodifusión inglesa no diferían mucho de los emitidos en otros países europeos. Únicamente la distingue el tratamiento serio y una finalidad netamente cultural y de entretenimiento...²³

La nueva BBC quedó bajo el control directo de la Post Office y se le negó la transmisión de publicidad. Sus ingresos provenían de los impuestos por uso y tenencia de los receptores.

Así como la BBC, *la otra radio* mexicana tampoco puede emitir anuncios pagados por lo que busca patrocinios que complementen su presupuesto, generalmente otorgado por el gobierno, dependencias de éste, instituciones educativas u organizaciones no lucrativas.

La programación de una emisora de *la otra radio* es más libre porque no se ajusta a los tiempos rígidos que obedecen a necesidades publicitarias o a los caprichos de alguna compañía discográfica. Esto permite al escucha dar un seguimiento ininterrumpido a un programa en especial sin que elementos externos distraigan su atención.

Asimismo, *la otra radio* satisface las necesidades de ciertos grupos y no los gustos masivos como ocurre con la radio concesionada.

La excepción es el IMER.

1.2.2.1 Radio Gubernamental.

1.2.2.1.1 Gobierno Federal.

La política de comunicación radiofónica forma parte de la política de comunicación social del gobierno federal, de ahí que se justifique la creación de organismos encargados de coordinar a la primera. Tal es el caso del Instituto Mexicano de la Radio (IMER).

El IMER, perteneciente a la Dirección de Radio Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación, tiene la tarea de administrar y operar las emisoras del gobierno federal.

²³ Ángel Faus Belau, *La era audiovisual...*, p. 50.

1.2.2.1.1 Instituto Mexicano de la Radio (IMER).

A pregunta expresa de Fernando Mejía Barquera a Carlos Lara Sumano en cuanto a que si el IMER era un medio del gobierno o del Estado, el director en 1998 del Instituto, respondió: "es un medio del Estado y como tal el Estado le da participación a todos los grupos sociales; pero por supuesto también es un instrumento de comunicación a través del cual el gobierno da a conocer sus posturas respecto a los problemas nacionales y las acciones que en relación a ellos viene realizando".²⁴

Al ser el IMER un medio del Estado, con vida desde 1983, lo más lógico sería pensar que las emisoras que opera pertenecen totalmente a *la otra radio*, sin embargo no es así. El IMER además de contar con radiodifusoras permisionadas también posee algunas de carácter concesionario. ¿Cómo puede ser esto?

Si el artículo 27 constitucional considera que el Estado es propietario del espectro aéreo, concede y permite su utilización a otras personas o entidades. Sin embargo, cuando el gobierno federal utiliza algunas frecuencias no es necesario "permitirse" o "concesionarse" a sí mismo. De esta manera las radiodifusoras que opera el Estado se consideran "reserva federal", ya que no son concesionadas ni permisionadas y pueden hacer lo que se estime conveniente. Por lo tanto pueden establecer una política de comercialización en el entendido de que el gobierno- por lo menos el de Miguel de la Madrid- no estuvo dispuesto a subsidiar totalmente la radiodifusión estatal.²⁵

Las estaciones del IMER reciben fondos por decreto presidencial del sector público paraestatal. Los organismos públicos descentralizados están obligados a destinar cierta parte de su presupuesto a los medios de comunicación del Estado.

De igual manera, pueden obtener recursos adicionales mediante patrocinadores, y cuando de emisoras concesionadas se trata, éstas pueden anunciar todo, excepto bebidas alcohólicas, tabaco, alimentos "chatarra", así como productos y servicios que denigren la dignidad de la persona y la integridad nacional.

Sea a través de sus estaciones permisionadas o concesionadas, el IMER, como organismo público descentralizado del gobierno federal, con personalidad jurídica y patrimonio propios, está llamado

(...) a preservar los valores y la identidad nacional; a fortalecer las convicciones democráticas y a ofrecer información, cultura y entretenimiento útiles a la población mexicana. Además, a estimular por medio de actividades radiofónicas la integración nacional y la descentralización cultural, fungir como órgano de consulta de los sectores público, social y privado y celebrar convenios para cooperación y coproducción e intercambio con entidades de radio nacional y extranjeras.²⁶

²⁴ Fernando Mejía Barquera, "La radio del Estado cumple una función social: Lara Sumano", *Medios*, suplemento de *El Nacional*, 14 de septiembre de 1998, p. I.

²⁵ Cristina Romo, *Op. cit.*, p. 137.

²⁶ Asociación de Radiodifusores del Valle de México, *Una historia que sí suena. 1973-1998*, p. 137.

Sin embargo, “en los años recientes, el papel y las funciones de la radio estatal se han reorientado para alcanzar los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000, como son el fortalecimiento pleno a la soberanía nacional, el avance en el desarrollo democrático y en el desarrollo social y la promoción del crecimiento económico”.²⁷

Hasta enero de 2001 al IMER lo conforman 21 emisoras, 7 de ellas se ubican en la Ciudad de México.

1.2.2.1.1.2 Radio Educación.²⁸

Tenida por muchos como una de las experiencias más exitosas de *la otra radio*, Radio Educación se ubica en el 1060 de AM y emite su voz desde el Distrito Federal bajo las siglas XEEP.

Con una potencia de 5,000 watts y en el 560 del cuadrante apareció la primera antecesora de la XEEP. Dependiente de la Secretaría de Educación Pública (SEP), fue identificada con las siglas CZE, "Cultura y Educación".

Cuando en la Conferencia Internacional de Comunicación llevada a cabo en Madrid se le asignó a México la letra X como distintivo de sus emisoras, la CZE se convirtió en XFX (...) hasta que en 1937 fue transferida al Departamento de Prensa y Publicidad del Poder Ejecutivo del Gobierno Federal con una nueva designación: XEDP y una estación en la banda de onda corta XEXA”.²⁹ Más tarde, desapareció.

Después de varios intentos fallidos de la SEP por contar con una emisora llegó 1968 y con él Radio Educación que hasta el momento no ha interrumpido sus transmisiones.

En sus primeros años de vida, la radiodifusora era una radio-primaria. Algunos maestros leían al aire los textos gratuitos. Eso, aunado a su poco alcance, hacían que su existencia prácticamente se desconociera.

La situación cambió en la década de los 70 cuando se pensó en hacer de la XEEP una emisora que se dirigiera a un público de nivel educativo medio. Se buscó que su programación fuera amena y versátil.

El 28 de febrero de 1978, por el Reglamento Interior de la SEP ratificado en el Acuerdo número 21 dado a conocer el 22 de noviembre de ese año en el Diario Oficial de la

²⁷ *Ibid.*, p. 139.

²⁸ *Vid.* Patricia Montiel y Laura Patricia Villareal, *Estudio de la radio cultural de la Ciudad de México (1970-1996)*, pp. 60-63 y María de los Ángeles Muñoz García, *Radio Educación. Una difusora cultural del Estado Mexicano*, pp. 44-59.

²⁹ María de los Ángeles Muñoz García, *Op. cit.*, pp. 47.

Federación, Radio Educación adquirió el carácter de organismo desconcentrado de dicha Secretaría, y en consecuencia, una mayor libertad para realizar sus actividades.

De igual manera, obtuvo la XEPPM ubicada en el 6185 de Onda Corta en la banda internacional de 49 metros.

En cuanto al financiamiento de Radio Educación, ésta tiene "la posibilidad de recibir remuneración por sus servicios (art.3º) con lo que queda inscrita dentro de la política de autofinanciamiento de los medios de comunicación del Estado".³⁰

Lo anterior, significa que los recursos económicos de la radiodifusora provienen de un presupuesto fiscal anual, de los llamados "recursos etiquetados" de comunicación social del gobierno federal, así como de patrocinios y coproducciones.

Por otra parte, la estación se incorporó al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA) en 1988. Asimismo, estrechó sus lazos con las instituciones del subsector cultural del gobierno.

Los objetivos de Radio Educación son:

- a) Apoyar, a través de la enseñanza a cargo de la SEP; especialmente la enseñanza abierta.
- b) Promover y difundir programas de interés cultural y científico.
- c) Transmitir programas que tiendan a elevar el nivel cultural de la población y que fomenten la propiedad del idioma nacional.
- d) Promover la radiodifusión cultural no lucrativa y establecer intercambios con instituciones encargadas de difundir las manifestaciones artísticas y culturales en el país y en el extranjero.
- e) Contribuir en su campo con el programa de cultura 1995-2000 del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Para cumplir estos objetivos, la emisora realiza las siguientes funciones:

- Operar las emisoras XEEP (1060 Khz A.M.) y XEPPM (6185 Khz O.C.), en la banda internacional de 49 metros.
- Integrar y administrar la fonoteca de Radio Educación.
- Proveer asistencia técnica y de producción radiofónica a las emisoras no lucrativas del país que así lo soliciten.
- Difundir programas de información y análisis.
- Promover la investigación científica y técnica en materia de radiodifusión.

Como tareas básicas Radio Educación tiene por cumplir: la transmisión de programas que logren satisfacer las necesidades de información, orientación y recreación de su auditorio, así como lograr la reflexión pública sobre la realidad social, de tal manera que la propia emisora mantenga su papel de vanguardia en la difusión cultural.³¹

³⁰ *Ibid.*, pp. 58 y 59.

³¹ Patricia Montiel y Laura Patricia Villareal, *Op. cit.*, pp. 65 y 66.

1.2.2.1.2 Gobierno Estatal.³²

Los gobiernos de los diferentes estados de la República, sus dependencias y municipios cuentan también con radiodifusoras. Sus funciones son muy similares a las de aquellas que se encuentran bajo el paraguas del gobierno federal, ya que su programación responde a los objetivos de la entidad a la cual pertenecen, así como a los gustos del público receptor.

Tabasco, Morelos, Michoacán, Hidalgo y el Estado de México cuentan con sus propios sistemas de comunicación social.

Emisoras Culturales de Jalisco, La Voz del Estado en Aguascalientes, Radio Nuevo León, la Casa de la Cultura de Campeche, Radio Sonora, la XHVIC de Tamaulipas, XETNC de Nayarit, Radio Querétaro y la estación del gobierno de Baja California Sur son ejemplos de emisoras operadas a través de alguna dependencia del gobierno estatal.

Otros casos de emisoras estatales son las que siendo permitidas del gobierno estatal, son operadas por el IMER a través de convenios de colaboración. Es la situación de Radio Chiapas, Radio Occidente-La Voz de Colima, Radio Altiplano en Tlaxcala y las estaciones del Sistema Quintanarroense.

1.2.2.2 Radio Indigenista.

Bin taalak u k'iinil a t'a' anal
Tumen huntúul maak yook'ol yá ab
luuboob, teché he'el u paahtal a
ch'enxikintik tak tu'ux yaneche'
chen ba'ale. ma. tu paahtal a
wilik tumen hach naach yan.

HO'P'EEL BOBAT MAYA

Llegará un día en que un hombre
te hablará a kilómetros
de distancia, y tú tranquilamente
le podrás escuchar donde estés, mas
no le podrás ver por estar tan lejos.

QUINTA PROFESÍA MAYA

³² Vid. Cristina Romo, *Op. cit.*, pp. 55-93.

"(...) la presencia indígena ha tenido un enorme peso en la historia del país y en la conformación de ese rostro que hoy consideramos como propio".³³

La afirmación anterior, sin duda alguna, es reconocida y confirmada por las emisoras que nacieron con el propósito de dar la palabra a esos pueblos que, a pesar de ser parte fundamental de nuestra cultura, se encuentran marginados.

A partir del 10 de marzo de 1979, los mixtecos, nahuas y tlapanecos del estado de Guerrero escucharon su lengua, su voz y su música en lo que fue la primera radiodifusora indigenista: la XEZV, La Voz de la Montaña.

La emisora surge a instancias de la Comisión del Río Balsas y de una participación complementaria del Instituto Nacional Indigenista. Al desaparecer la comisión, la operación de la estación quedó a cargo del Instituto.

La iniciativa no se detuvo. Continuó la apertura de frecuencias indigenistas lo cual dio lugar al proyecto de radiodifusión denominado Sistema de Radiodifusoras Culturales Indigenistas (SRCI).

José Luis Sagredo, citando a la subdirectora de radio del INI en 1996, manifestó:

"Las emisoras que conforman el SRCI tienen un perfil" que las caracteriza. "Son emisoras culturales oficiales y permisionadas pues pertenecen y dependen de una instancia del Poder Ejecutivo Federal, el Instituto Nacional Indigenista". "Por su vinculación con las comunidades indígenas a las que atienden y por la apropiación del medio radiofónico" por parte de aquéllas, "son de interés y servicio comunitario". "Estos factores: culturales, oficiales, permisionadas, indigenistas y de fuerte arraigo en las comunidades, les otorgan funciones, objetivos y formas de trabajar especiales y particulares". Dichas "características les brindan un perfil o modelo radiofónico que las distingue de las emisoras comerciales y aun de las culturales".³⁴

A lo anterior, cabe añadir que las estaciones indigenistas también varían entre sí a razón de que cada una amolda sus contenidos a las necesidades y gustos de sus receptores.

A las estaciones del INI el factor tiempo no las inmuta cuando tocan temas que importan a la comunidad tales como: alimentación, salud, desarrollo organizacional, derechos humanos, procuración de justicia, cuidado y aprovechamiento de los recursos naturales, educación, entre otros.

Al manejar más de dos lenguas, poner a su alcance el servicio de "avisos" y hacerle llegar *su* música a los indígenas, esta radio pretende acercarlos al medio y fomentar su participación directa y constante. Hoy, muchos de ellos colaboran en la manufactura de los programas no sólo como banco de datos, sino como productores, locutores, guionistas e investigadores.

³³ Teresa Rojas y Mario Humberto Ruz, "México, pueblo de pueblos", *Bucareli Ocho*, suplemento de *El Universal*, 12 de octubre de 1997, p.20.

³⁴ José Luis Sagredo, "Sistema de radiodifusoras culturales indigenistas", *La radio frente al nuevo milenio*, p. 104.

Por supuesto, no todo ha sido fácil para estas radios.

Diversas fuerzas actúan en las regiones donde se encuentran las emisoras indigenistas. Con una tradición colonialista de menosprecio, explotación y engaño hacia los indígenas, caciques, comerciantes, productores y autoridades de diferentes rangos ven con desconfianza el quehacer de las radios, empezando porque se transmite en lenguas diferentes al español.³⁵

Aunado a lo anterior, se encuentran los problemas del propio proyecto.

El proyecto en general ha transitado por tres etapas: la primera es la vinculación de la emisora con la comunidad: surge más el interés de esta última por apropiarse del medio que como objetivo del proyecto institucional (en esa época lo que se pretendía era multiplicar la experiencia de Tlapa en otras regiones indígenas). El segundo período puede identificarse por un alejamiento de la radio con la comunidad, ya que atendía las quejas de los sectores más diversos en cada región, veían en la participación comunitaria un peligro para sus intereses. La tercera etapa presenta la transferencia de funciones, la búsqueda de mayor participación del indígena como sujeto de cambio fuera de los esquemas paternalistas, lo cual permitió un nuevo acercamiento de la radio con la comunidad; sin embargo, en esta etapa (1987) no logra establecerse como política de comunicación institucional sino que se desarrolla en un ámbito marginal, de tolerancia, ambigüedad y en algunos casos, como el de Nacajuca, sin ninguna posibilidad de relación con la comunidad.

Actualmente el proyecto no ha logrado definirse en todas sus facetas, tampoco ha incluido de forma integral todas sus variables. La tarea postergada para definir tanto las políticas de comunicación institucional y radiofónicas, así como el proyecto mismo, han creado un estado de impasse que se ve confrontado con la dinámica que las comunidades indígenas han aplicado a su historia.³⁶

En la transferencia de funciones mencionada, los centros de producción radiofónica, los corresponsales y los consejos consultivos son piezas centrales.

Con todo y sus tropiezos, las radiodifusoras del INI han buscado dar cumplimiento a su objetivo: contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades indígenas y al fortalecimiento de su cultura. ¿Cómo?, al:

- Prestar un servicio de comunicación a los habitantes de las comunidades que trascienda las barreras geográficas, supla las carencias de los sistemas regionales de información y supere las limitaciones que representan el monolingüismo y el analfabetismo.
- Apoyar y reforzar el trabajo que realiza el Instituto en las zonas indígenas, transmitiendo contenidos educativos relacionados con aspectos agrícolas, pecuarios, jurídicos y de salud.
- Apoyar los servicios que prestan los diferentes organismos públicos.
- Impulsar y organizar la libre expresión de las comunidades indígenas.
- Favorecer la valoración y conservación de las lenguas indígenas.
- Fomentar el patrimonio cultural de las comunidades indígenas, impulsando su creación artística e intelectual.
- Fortalecer y alentar el desarrollo cultural de las comunidades, difundiendo sus valores representativos de la cultura y el arte locales, regionales, nacionales y universales.
- Reforzar las formas tradicionales de organización y trabajo comunitarios.
- Promover el uso de tecnologías apropiadas para aprovechar mejor los recursos naturales.
- Estimular en la población cuidados y mejoras en sus prácticas alimenticias, higiénicas y sanitarias, respetando sus características culturales.

³⁵ Instituto Nacional Indigenista, *Primeras jornadas de la radiodifusión cultural indigenista*, p. 54.

³⁶ *ibid.*, pp. 237 y 238.

- Proporcionar a las comunidades información sobre aquellos aspectos de su interés y que contribuya a la mejor comprensión de su entorno.³⁷

Con mejores resultados en uno u otro objetivo, la radio indigenista ha demostrado que "(...)los medios de comunicación no son únicamente la cultura masiva invasora que viene a sustituir los valores indígenas".³⁸

Prueba de ello, son las "24 radioemisoras en 14 estados de la república mexicana que transmiten 54 mil horas de programación al año en 31 lenguas indígenas, con una cobertura de cerca de 6 millones de radioescuchas indígenas".³⁹ **Anexo 1.**

1.2.2.3 Radio Independiente o Participativa.⁴⁰

Dentro de esta subcategoría se encuentra Radio Cultural Campesina de Teocelo y Radio Huayacocotla. Ambas estaciones se localizan en el estado de Veracruz y son operadas por el Fomento Cultural y Educativo, A.C. (FCE), organización cuyo objetivo es la búsqueda y aplicación de nuevas formas educativas en grupos suburbanos, rurales e indígenas.

La principal característica de estas emisoras es que buscan ser radios participativas u horizontales, y su fin último es que la comunidad a la cual se dirigen, llegue a manejarlas en su totalidad.

Otro rasgo distintivo de Radio Huayacocotla y Teocelo es que no son estaciones comerciales ni dependientes de los fondos oficiales; el financiamiento de ambas corre por cuenta del FCE y éste, a su vez, es apoyado por fundaciones.

El público de Radio Huayacocotla lo componen 35 comunidades de los municipios de Huayacocotla y Zacualpan. Los escuchas más asiduos son las mujeres y los niños.

Entre los objetivos de esta radiodifusora se encuentran:

- Proporcionar información y conocimientos básicos para facilitar la conciencia histórica.
- Proporcionar la reflexión sobre estos temas.
- Facilitar la organización popular y apoyar a los grupos ya existentes.
- Proporcionar un medio de comunicación al servicio de la región, con el fin de aumentar la comunicación interpersonal, creatividad y capacitación de expresión. Que se puede resumir en 'dar la voz al pueblo'.⁴¹

³⁷ María Antonieta Rebeil Corella, *et al.*, *Perfiles del cuadrante. Experiencias de la radio*, pp. 89 y 90.

³⁸ Instituto Nacional Indigenista, *Op. cit.*, p. 108.

³⁹ Datos actualizados hasta 1998. Instituto Nacional Indigenista, *Tríptico del Centro de Investigación, Información y Documentación de los Pueblos Indígenas de México (CIIDPIM)*.

⁴⁰ *Vid.* Cristina Romo, *Op. cit.*, pp.117-131.

⁴¹ *Ibid.*, p.123.

Por lo que respecta a Radio Cultural Campesina de Teocelo, ésta llega a los municipios de Xico, Coatepec, Cosautlán, Ixhuacán y a ciertas áreas de Xalapa. Brindar apoyo a organizaciones ya establecidas; crear conciencia de las necesidades y problemas de la comunidad, así como generar en el auditorio el gusto por la emisora, son algunos de sus objetivos.

Es así como XEJN-OC de Huayacocotla y la XEYT de Teocelo constituyen experiencias alternativas, independientes y creativas del cuadrante mexicano.

1.2.2.4 Radio Libre o Pirata.⁴²

"En 1994...tuvo lugar en México un fenómeno inédito: el surgimiento de la Radio Libre como expresión de resistencia de la sociedad civil al monopolio de los medios electrónicos de comunicación".⁴³

Los antecedentes de la radio pirata se encuentran en la Alemania nazi y su Emisora de la Libertad, la cual se mantuvo un año al aire hasta que en 1938 la Gestapo acalló sus mensajes.

Radio Carolina y Radio Verónica, por su parte, iniciaron a mediados de los 60 un movimiento pirata del que nacería una empresa comercial, cuya fuerza estuvo fincada en los disk-jockeys. Las transmisiones de estas emisoras se llevaban a cabo desde viejas embarcaciones ubicadas en los límites de las costas inglesas, danesas y suecas.

Corrían los años 70 y el tema ecológico motivó la aparición de la Radio Libre en París. Asimismo, surgió Radio Alicia en Bologna, Italia. Sus transmisiones finalizaron en 1977.

América Latina también ha tenido sus propias experiencias piratas. Ejemplo de ello: Radio Sutatenza de Colombia, Radio Venceremos en El Salvador y Radio Rebelde en Cuba.

Por lo que toca a México, el 9 de septiembre de 1994 las ondas hertzianas de Televerdad comenzaron a surcar el espacio electromagnético. A instancias de *Superbarrio* Gómez y algunos dirigentes del Partido de la Revolución Democrática como Marco Rascón, Patricia Ruiz y Javier Hidalgo, nació Televerdad.

En tierra, la radiodifusora se localizaba en Avenida de los Insurgentes y Paseo de la Reforma; en el dial, en el 89.1 de FM. Con 17 horas de programación diaria y micrófono

⁴² Vid. Iván Rincón y Gabriel Sosa, "El despertar de la radio libre en México", *Revista Mexicana de Comunicación*, julio-septiembre de 1999, pp. 25- 32.

⁴³ *Ibid.*, p. 25.

abierto, cubría tres kilómetros a la redonda. Forma de financiamiento: aportaciones del público.

El 8 de octubre de 1994 "Una voz libre en el aire", Radio Pirata, comenzó a difundir desde la esquina de Plaza Hidalgo y Centenario en Coyoacán. Su medio de subsistencia: el "boteo". Ese mismo día Televerdad era desmantelada por elementos de la policía judicial e inspectores de la Secretaría de Comunicaciones y Transporte (SCT). Televerdad reanudó una y otra vez sus transmisiones hasta que en febrero de 1995 el silencio se apoderó de ella.

La programación de Radio Pirata estaba más orientada hacia la cultura, contaba con micrófono abierto y permitía los *palomazos* musicales. De acuerdo con las condiciones ambientales su señal podía ser escuchada de tres a diez kilómetros a la redonda. Su posición en el dial: 90.1 de FM hasta enero de 1996 cuando desapareció.

El Hijo del Pirata también transmitió por el 90.1 de FM, pero fuera de Coyoacán. Se calculan entre cinco y diez sus transmisiones.

Es necesario recalcar que Televerdad fue la primera emisora del Sistema Popular de Radio y Televisión, conocido en general como Sistema Televerdad. De igual forma, la estación sirvió de modelo e inspiración a otras radios libres que surgieron posteriormente en el Distrito Federal y diversos estados de la República.

Una de las últimas radios piratas de las cuales se tuvo noticias fue la *Ké Huelga!* que transmitió diariamente con seis watts de potencia por el 102.1 de FM desde Ciudad Universitaria. La estación estuvo a cargo del Consejo General de Huelga (CGH) y surgió durante el conflicto que atravesó la Máxima Casa de Estudios en 1999.

Cabe mencionar que la *Ké Huelga!* continúa su labor vía Internet en: <http://www.kehuelga.org>

Para finalizar este recuento, es preciso decir qué se entiende por radio libre o pirata.

Llamamos Radio Libre al fenómeno comunicativo de las emisoras que, al no contar con financiamiento de instituciones públicas ni privadas por publicidad, a veces ni siquiera con autorización legal, generalmente operan con la tecnología más elemental, siempre al alcance de las manos para dar a conocer información y cultura que no tienen cabida en la radio oficial o comercial. Se trata de un medio de comunicación alternativo más inmediato y local, abierto a la participación directa del oyente que quiera difundir su propio mensaje, lo cual fomenta una relación horizontal entre emisor y receptor...⁴⁴

⁴⁴ *Idem.*

1.2.2.5 Radio Universitaria.

El 23 de noviembre de 1923 la Universidad Nacional de la Plata autorizó el comienzo de actividades de su Radio Universidad. A fines de ese mismo año, la estación radiofónica empezó a difundir sus ondas hertzianas de manera experimental, y no fue sino hasta el 5 de abril de 1924 cuando fue inaugurada oficialmente. De esta manera, se convirtió en la primera emisora universitaria del mundo.

El ejemplo, pronto fue seguido por otros países del continente americano como Chile, Colombia, Guatemala, México, Panamá, Paraguay, Puerto Rico y Venezuela.

Actualmente, de acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), existen ya entre 120 y 130 emisoras universitarias en América Latina.⁴⁵

Las condiciones de dichas radiodifusoras son muy extremas, "hay universidades que tienen radios que pueden estar a la altura de cualquier radio pública o privada de la región y hay universidades que cuentan, a duras penas, con lo estrictamente necesario para, más o menos, salir al aire y oírse dentro de la Universidad".⁴⁶

Con respecto a nuestro país, esta modalidad radiofónica nació en 1937 con Radio UNAM, la estación de la Universidad Nacional Autónoma de México. Continuaron la iniciativa las universidades de San Luis Potosí y Veracruz, entre otras. No obstante, el verdadero despegue de esta alternativa radial tuvo lugar en la década de los 70, pues se otorgaron siete permisos de transmisión a otras instituciones de enseñanza superior.

Las radiodifusoras universitarias mexicanas dependen económicamente de los recursos que les asignan las casas de estudios a las cuales pertenecen y de los patrocinios que, generalmente, consiguen de instituciones educativas y culturales, dependencias de gobierno, organizaciones no gubernamentales o internacionales.

Entre sus objetivos se encuentran: la extensión académica, el análisis de los hechos o acontecimientos que repercuten en la sociedad, la difusión de las diversas manifestaciones artísticas y culturales, así como el servir de primera experiencia laboral para los estudiantes de carreras afines a la comunicación.

Sin embargo,

(...) generalmente dirigen su actividad hacia una público selecto a quien ofrecen programas de difusión cultural de excelencia, y a veces divorciados de la realidad, sin considerar en la mayoría de los casos a las clases populares o al ámbito rural, algunas aún no definen o no conocen su audiencia y algunas otras no tienen proyectos claros, bien planeados o con objetivos precisos, como resultado de un

⁴⁵ Alejandro Alfonso, "Comunicación y Universidad, retos y desafíos", ponencia presentada en el *Congreso Internacional de la Radio Universitaria UDEM '99, "La radio universitaria frente al nuevo milenio"*, Universidad de Monterrey, Monterrey, Nuevo León, 20-24 de septiembre de 1999.

⁴⁶ *Idem.*

conocimiento fiel de una problemática específica; sus problemas crónicos han sido la falta de financiamiento y recursos para su operación.⁴⁷

En lo correspondiente a sus cartas programáticas, en ellas se distinguen abundantes bloques de música (clásica, jazz, trova, etc.) y programas hablados. En estos últimos prevalecen la entrevista y la mesa redonda. Destaca también la presencia de series producidas por la BBC de Londres, Radio Nederland y Radio Educación, así como la ausencia de enlaces -salvo en contadas ocasiones- con Radio UNAM.

El horario de transmisión es muy variable, aunque la gran mayoría difunde sus mensajes de las 7:00 a las 24:00 horas de lunes a domingo.

Aun cuando no son menores los problemas que enfrentan las emisoras universitarias nacionales, existen ya 33 casas de enseñanza superior -la mayor parte universidades públicas- con al menos una frecuencia radiofónica otorgada por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT).

De acuerdo con el **Anexo 2**, 20 dependencias transmiten en AM, 19 en FM, dos en Onda Corta y ocho circunscriben sus emisiones a sus respectivos campus.

De las 16 estaciones que tienen presencia en la Red, nueve presentan su carta programática, difunden un promocional, los objetivos de su emisora o la historia de la misma, y sólo siete transmiten en tiempo real.

Frecuencia CEM se cuenta entre las que emiten dentro de sus instalaciones y a través de la Web.

Por otra parte, hay universidades que cuentan con repetidoras dentro de su entidad, tal es el caso de Radio Universidad de Baja California (dos), Radio Universidad de Guadalajara (seis) y Radio Universidad de Tamaulipas (cinco).

Para concluir este bosquejo de la radiodifusión universitaria en nuestro país, es necesario realizar una breve descripción de Radio Ibero y El Politécnico en Radio. Ambas estaciones se ubican en la Ciudad de México y conviven con Radio UNAM en el dial de la gran urbe.

⁴⁷ Oziel Montañéz y Norma Irene Hernández, "Los programas institucionales de apoyo social: una alternativa de financiamiento para la radio", ponencia presentada en el marco de la *V Reunión Nacional Ordinaria del SINPRIES*, Documento inédito, Universidad Autónoma de Sonora, Hermosillo, Sonora, 28 y 29 de junio de 2000.

1.2.2.5.1 Radiodifusoras universitarias del Distrito Federal.

Radio Ibero y El Politécnico en Radio, -a diferencia de las otras ocho emisoras localizadas en el Distrito Federal y que pertenecen a Instituciones de Educación Superior (**Anexo 2**)-, trascienden los muros de sus respectivos campus, razón por la cual guardan mayor semejanza con Radio UNAM. De ahí, el interés por ellas.

Cabe resaltar que la frecuencia politécnica y Radio Ibero no tienen nexo laboral alguno entre sí ni con Radio Universidad.

1.2.2.5.1.1 Radio Ibero.

En el 90.9 de FM, bajo el distintivo XHUIA-FM y con una potencia de 100 watts, Radio Ibero transmite de lunes a viernes de las 7 a las 20 horas.

El objetivo principal de la emisora nacida un 15 de febrero de 1990 "(...) es ser la voz de la institución educativa a la cual pertenecemos. Siendo una comunidad universitaria de carácter heterogéneo, nuestro principal reto lo constituye el brindar una programación que atienda a todo ese público potencial...proponemos la noción de emisora-mosaico: compleja, incluyente, propositiva y múltiple".⁴⁸

Un fragmento de su carta programática puede ser consultado en el **Anexo 3**.

1.2.2.5.1.2 El Politécnico en Radio.

La emisora del Instituto Politécnico Nacional surgió en 1984 con la finalidad de apoyar a la carrera de Ingeniería en Comunicación y Electrónica. Sus transmisiones discontinuas se mantuvieron durante 10 años, pues fue hasta el 5 de septiembre de 1994 cuando se regularizaron sus actividades. Dos años más tarde, la estación comenzó a emitir las 24 horas del día.

Sus objetivos son:

- Difundir y defender la cultural nacional, la historia, tradiciones, costumbres y nuestra idiosincrasia respecto al extranjero.
- Apoyar la función social educativa encomendada al Instituto Politécnico Nacional especialmente la que realiza por medio de la modalidad extraescolar o enseñanza abierta.
- Informar sobre los acontecimientos de México y el mundo.
- Coadyuvar y difundir la educación y la cultura populares.
- Divulgar las manifestaciones de la cultura universal y los avances de la investigación científica y tecnológica.

⁴⁸ Radio Ibero, entrevista hecha a Erick Fernández, director de Radio Ibero, mayo de 2001.

- Transmitir programas recreativos de carácter artístico, cultural y deportivo y programas de servicio socialmente útiles a la comunidad.⁴⁹

Los recursos económicos para su funcionamiento los obtiene del Instituto Politécnico Nacional, así como de "(...) algunos intercambios. No se compran ni se reciben producciones externas".⁵⁰

Por último, el público medio de la frecuencia politécnica tiene 22 años y su programación es predominantemente musical. **Anexo 4.**

Hasta el momento, se ha hablado de la historia de la radio, sus funciones y características, así como de las diferentes alternativas que se pueden encontrar en el cuadrante mexicano. Especialmente, se ha profundizado en la modalidad universitaria por pertenecer a ella Radio UNAM, objeto de estudio del presente trabajo.

A continuación, se llevará a cabo una exposición de las condiciones económicas, políticas, sociales y de medios que rodean a la radiodifusión universitaria y que, sin duda alguna, ayudarán a comprender mejor su situación actual.

⁴⁹ El Politécnico en Radio: <http://radioipn.xs3.com>

⁵⁰ Entrevista con Rosy Jhonston, productora de El Politécnico en Radio, mayo de 2001.

CAPÍTULO II POLÍTICA, ECONOMÍA, SOCIEDAD Y SU RELACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA EN MÉXICO

*No es la conciencia de los hombres
lo que determina su ser, sino, por el contrario,
es su existencia social lo que determina su conciencia.*

Karl Marx.

2.1 Política y medios de comunicación.

La historia de la relación de los medios de comunicación con el Estado adquiere sentido en el contexto del sistema político y jurídico mexicano, en cuyo seno se estableció una relación mutuamente benéfica, basada en el acercamiento y la colaboración para alcanzar sus respectivos fines. Esto permitió al Estado contar con medios de comunicación cercanos y receptivos a eventuales sugerencias sobre el tratamiento que deberían dispensar a algún tema de interés gubernamental; en el caso de los medios de comunicación, se les permitió tener un espacio político-económico y un régimen legal propicio para su expansión y crecimiento económico, siempre y cuando no fueran críticos de las acciones gubernamentales. Para el profesor Trejo Delarbre, la relación medios-Estado ha sido una relación versátil y contradictoria que se alimenta de conveniencias y presiones mutuas en la cual los medios son vistos como negocio más que como instrumentos de servicio público, actitud fomentada por el Estado.⁵¹

La cita precedente resume el binomio medios-Estado. Para explicar el por qué es importante mantener esta unión, desde la perspectiva del Estado, es preciso traer hasta aquí el razonamiento de la investigadora Karin Bohmann, quien dice:

"(...) si la sociedad en general no puede alcanzar un crecimiento económico, éste se tiene al menos que aparentar, y si la heterogeneidad social no se puede superar en la realidad, en sustitución se tiene que superar en la imaginación, en la ideología".⁵²

Las palabras de Bohmann reflejan las condiciones de nuestro país: el Estado necesita de un instrumento que lo ayude a mantener una imagen de progreso, magnificencia y homogeneidad, para, de esta manera, obtener legitimidad y procurarse el consenso popular.

⁵¹ Miguel Acosta Valverde, *Los medios de comunicación y la educación ciudadana*, Folleto, pp. 9 y 10.

⁵² Karin Bohmann, *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, p. 242.

Ese instrumento lo constituyen los medios de comunicación masiva. Dichos medios se encargan de exaltar los triunfos del Estado y de superar la heterogeneidad en la imaginación del sujeto. Esto último mediante "el nacionalismo verbal, el culto a la personalidad del Presidente, el culto a los héroes nacionales y, sobre todo, [con] los contenidos ideológicos niveladores..."⁵³

Como todo "favor" exige compensación, el Estado se ha visto en la necesidad de retribuir el servicio de los medios. ¿Cómo? Al no actualizar la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT) y, por supuesto, sin aplicar sus lineamientos.

Asimismo, en temas como libertad de expresión, el Estado se ha mantenido al margen y, en derecho a la información, ha tratado de hacer lo menos posible. Únicamente, en 1977, agregó al artículo 6º constitucional la idea de que "el derecho a la información será garantizado por el Estado"⁵⁴, pero sin reglamentación alguna.⁵⁵

Todo ello ha derivado en una completa libertad de acción para los empresarios, quienes pueden lucrar con sus espacios -tanto en contenidos como en publicidad- como mejor les parezca.

Un claro ejemplo de la relación medios-Estado es la compañía Televisión Vía Satélite (Televisa). El fallecido Emilio Azcárraga Milmo no negó su vinculación con el Estado, incluso, se autodesignó como "El soldado del PRI" con lo cual no dejó lugar a dudas acerca de su posición y, en consecuencia, la de su consorcio. Las ventajas obtenidas de esa unión se manifiestan en las dimensiones alcanzadas por su organización.

En contraste, cuando ha habido medios o trabajadores de los mismos contrarios al Estado o críticos del sistema y las autoridades, se han aplicado diversas medidas de represión en su contra. Éstas han ido desde el cierre del programa o publicación hasta el asesinato, como ocurrió con el periodista Manuel Buendía en 1984.

Otras medidas de represión han sido el retiro de publicidad, la negación del papel, las intimidaciones a los colaboradores, etc.

Pese a lo anterior, el Estado ha permitido algunas críticas y cierto pluralismo político siempre y cuando, finalmente, respalden al sistema. De esta manera, se hace alarde de

⁵³ *Ibid.*, p. 243.

⁵⁴ Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM y Departamento del Distrito Federal, *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (comentada)*, p. 31.

⁵⁵ Cabe mencionar que en la última semana de abril de 2002 fueron aprobadas la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, así como la Ley de Acceso a la Información Pública de Sinaloa. Su importancia radica en tres aspectos:

- a) Rompen con los candados políticos y la inmovilidad jurídica en la materia.
- b) Son el resultado de la suma de voluntades y del consenso de partidos políticos, Poder Ejecutivo, académicos, editores de prensa y representantes de organismos civiles.
- c) Sientan las bases para el impulso pleno del derecho a la información en México.

Fuente: Omar Raúl Martínez, "Novedades legislativas", *Revista Mexicana de Comunicación*, mayo-junio de 2002, p. 4.

democracia y libertad de expresión. Pero lo más importante de esta condescendencia es su función como válvula de escape; es decir, posibilita un cierto desahogo para los inconformes con lo cual no se promueve un cambio profundo y se sigue manteniendo el control.

Lo hasta aquí referido puede aplicarse, sin problema, al tiempo en el cual el Partido Revolucionario Institucional (PRI) mantuvo el poder, no así, a los primeros años de mandato del Partido Acción Nacional (PAN), pues se han registrado algunos cambios desde entonces.

2.1.1 El nuevo gobierno.

En los inicios de la administración encabezada por Vicente Fox Quesada, puede encontrarse una primer rasgo distintivo con respecto a gobiernos anteriores: se hizo un intento por regular la actividad de los medios de comunicación. Ocurrió lo siguiente:

En diciembre de 2000, durante la presentación de *La política de comunicación del nuevo gobierno*, la entonces vocera presidencial, Martha Sahagún, expresó: "es urgente contar con un nuevo marco acorde con el cambio que decidieron la mayoría de los mexicanos y con los desafíos que impone el desarrollo de la tecnología en un mundo globalizado".⁵⁶

Para concretar acciones en la materia, el día 8 de febrero de 2001, Santiago Creel, secretario de Gobernación, lanzó la convocatoria para conformar el Consejo Nacional de Radio y Televisión, en cumplimiento con el artículo 90 de la LFRT.

Dicho Consejo estaría integrado por ocho personas, cuatro de ellas provenientes de: Secretaría de Gobernación, Secretaría de Educación Pública, Secretaría de Comunicaciones y Transportes y, Secretaría de Salud, respectivamente; además de dos representantes de la industria de la radio y la televisión, así como dos más de los trabajadores de los medios.

Entre las funciones del Consejo destacan: "Promover y organizar las emisiones que ordene el Ejecutivo Federal" y "Elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las transmisiones".⁵⁷

Es preciso señalar que con el Consejo se terminarían las relaciones discrecionales entre los medios y las autoridades, al menos en el papel.

⁵⁶ Jesús Ramírez Cuevas, "Los medios frente al cambio", *La Jornada*, 7 de enero 2001. en <http://www.jornada.unam.mx/0001/ene01/010107/mas-medios.html>

⁵⁷ Artículo 91 de la Ley Federal de Radio y Televisión en <http://www.cirt.com.mx/leyfederalderadioytvituloquinto.htm>

Sin embargo, la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) se adelantó al gobierno y el 7 de febrero anunció, en voz de Joaquín Vargas Guajardo, la instalación de un Consejo de Autorregulación.

El presidente de la CIRT indicó que el objetivo de tal Consejo sería "dar cursos a las distintas corrientes de opinión respecto de las programaciones y contenidos de nuestras estaciones".⁵⁸

Quienes estarían representados en el Consejo de Autorregulación serían: "la Asociación a Favor de lo Mejor, el Consejo de Autorregulación Publicitaria, la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, el Consejo Nacional de la Publicidad y el Consejo Coordinador Empresarial...".⁵⁹

Para el 6 de marzo, el Consejo de Autorregulación ya estaba instalado con todo y el aval del presidente Fox, pues asistió al evento. En tanto, el 12 de febrero de 2001, fecha señalada para la constitución del Consejo Nacional de Radio y Televisión, no pasó nada. No sucedió tal hecho, nadie dio explicación alguna y jamás volvió a mencionarse el asunto.

Cabe recalcar que tres días antes de la conformación de su Consejo de Autorregulación, los concesionarios decidieron ser más contundentes:

"La alianza Televisa-Azteca para organizar un festival por la paz no se debe a la preocupación de esas empresas por el conflicto en Chiapas. El festival que anunciaron para el 3 de marzo tiene el propósito de ofrecer un mensaje político: las televisoras mantienen su rivalidad comercial, pero son capaces de unificarse si consideran que sus intereses están en riesgo".⁶⁰

De esa forma, tanto con el Consejo de Autorregulación como con el festival, los concesionarios dejaron muy en claro su negativa a la transformación de las condiciones que han hecho posible su desarrollo.

Por lo consiguiente, no puede esperarse cambio alguno en la legislación ni en nada que pueda afectar los intereses de los concesionarios. Si acaso, serán los propios empresarios quienes realicen variaciones en sus políticas internas. El ejemplo, otra vez Televisa.

El proceso pre-electoral de 2000 para ocupar la silla presidencial estuvo muy reñido. Prácticamente, se trató de una lucha por ver cuál candidato aparecía con más frecuencia en los medios.

⁵⁸ Frenando Mejía Barquera, "Fox, estrella en el cuadrante", *etcétera*, marzo de 2001 en <http://www.etcetera.com.mx/pag24ne5.asp>

⁵⁹ *Idem*.

⁶⁰ Raúl Trejo Delarbre, "Falso dilema", *etcétera*, marzo de 2001 en <http://www.etcetera.com.mx/pag1ne5.asp>

En este sentido, el tercero de la dinastía Azcárraga demostró una "pluralidad política" -contraria a la de su padre "El Tigre", Azcárraga Milmo- que produjo generosos dividendos para su televisora, lo cual reveló no sólo para él, sino para todos los industriales del ramo, una mina de oro.

<<El descubrimiento del nuevo negocio hizo que desde marzo de 1999, un año antes de las campañas del^[sic] 2000, Emilio Azcárraga Jean expresara su fe en la democracia: "La democracia, declaró, es un gran cliente de la televisión, porque obviamente al abrirse la participación democrática, que haya más partidos, pues hace que tengamos más anuncios. Nosotros estamos abiertos a venderles los que quieran">>.⁶¹

Una segunda diferencia entre las administraciones priístas y la panista, es la concerniente a la libertad de información. Durante los primeros tiempos del gobierno foxista tuvo lugar "(...) un escenario de mayor apertura y crítica en los foros informativos nacionales..."⁶², ratificado por ciertos comentarios contra la figura presidencial y sus acciones, por ejemplo.

A pesar de ello, existen contradicciones que conviene tener presentes, a saber:

Desde los primeros meses de su administración, el presidente Vicente Fox etiquetó a los sectores críticos de la prensa como el círculo rojo, y aunque en un principio le manifestó un franco respeto por su contribución a la democracia, lo cierto es que durante el último bimestre del 2001 no pudo contener controversiales expresiones descalificatorias contra medios y periodistas...

Sin atrevernos a plantear conclusiones terminantes en tal sentido, ¿no resulta curioso que noviembre y diciembre de 2001 –bimestre posterior a dichos señalamientos- sean dos de los cinco meses con mayor número de actos contra periodistas y medios?⁶³

En conclusión, aunque el gobierno foxista ha mostrado cierta intención de actuar en contra de los medios de comunicación y a favor de la libertad de información, no es posible hablar de un rompimiento de la relación medios-Estado, y menos aún, cuando no se ha concretado nada en particular.

Incluso, con base en los hechos referidos, es casi seguro que el Estado sucumba ante el poder de los medios y continúe manteniéndose al margen, salvo que haga valer toda su autoridad en detrimento de sí mismo.

Por su parte, los concesionarios harán hasta lo imposible por frenar cambios perjudiciales para sus intereses, principalmente en el ámbito legislativo, no así en aquellos terrenos que les reditúen importantes cantidades de dinero.

⁶¹ Fernando Mejía Barquera, "Política y negocio", *etcétera*, septiembre de 2000 en <http://www.etcetera.com.mx/2000/400/mejia400.html>

⁶² Verónica Trinidad Martínez, et al., "Las libertades informativas en 2001", *Revista Mexicana de Comunicación*, mayo-junio de 2002, p. 26.

⁶³ *Ibid.*, pp. 28 y 29.

2.1.2 Gobernantes en el cuadrante radiofónico.

No puede soslayarse la importancia que, para los personajes de la política, cobró la radio a partir del año 2000.

Pláticas del presidente fue el "primer programa radiofónico con horario y duración fijos que tuvo un mandatario mexicano: se difundió del 20 de febrero de 1999 al 25 de noviembre de 2000".⁶⁴ La voz: Ernesto Zedillo Ponce de León, ex-presidente de México (1994-2000).

Rosario Robles, ex-jefa de gobierno del Distrito Federal también reclamó un espacio en la radio. Su programa: *Todas las voces*. Dio inicio el 3 de enero de 2000 y se transmitió los lunes a las 18:00 horas a través de Radio Mil.

Por su parte, también Fox encontró atractiva a la radio. El 3 de febrero de 2001 el mandatario debutó como conductor radiofónico de *Fox en Vivo, Fox Contigo*. En dicha ocasión el programa adquirió la relevancia que a un año de iniciadas sus transmisiones -8 de enero de 2000- no había alcanzado.

2.2 Economía y medios.

Las fuerzas económicas juegan un papel determinante en los medios de comunicación masiva en México. Los empresarios deben proteger sus propios intereses y, al hacerlo, deben defender los de aquellos que pagan por un espacio, aun a costa de quien debiera ser para ellos lo más importante: su audiencia.

"La fuerte dependencia de la publicidad implica una influencia indirecta, y a veces también directa, de los anunciantes sobre los contenidos del programa, aunque esto es difícil de comprobar. Las sociedades televisivas intentan suprimir tales informaciones".⁶⁵

Si un programa vende, se queda y el anunciante también. Si sucede lo opuesto, todos se van. Tal es el motivo para decir que el rating de un programa no es el número de sujetos televidentes o radioescuchas, sino el número de potenciales compradores de los productos o servicios de los anunciantes.

La calidad de los contenidos no importa, "(...) los empresarios no se complican la vida, pues ganan muy bien haciendo un producto efectista y gastan mucho menos que si hicieran algo de calidad. El éxito en la realización de programas televisivos depende del

⁶⁴ Fernando Mejía Barquera, "Fox, estrella en el cuadrante", *etcétera*, marzo de 2001 en <http://www.etcetera.com.mx/pag24ne5.asp>

⁶⁵ Karin Bohmann, *Op. cit.*, p. 196.

enfoque del productor. Depende de cuáles sean los parámetros éticos; si se trata del éxito traducido en recursos económicos y *rating* pues será un producto exitoso".⁶⁶

Lo anterior, no es exclusivo de la televisión, en la radio ocurre lo mismo. Y en la prensa escrita, las publicaciones sensacionalistas son las que más venden.

Por otro lado, y a manera de ejemplo,

La elevada concentración de propiedad de los accionistas de Televisa en el sector comunicativo les permite realizar mutuamente una amplia publicidad tanto a favor de sus medios de comunicación como de las otras empresas o productos de este grupo. Utilizan sus medios de comunicación masiva como portadores para su publicidad creando y arraigando necesidades de consumo que ellos prefieren, creando de manera determinante el gusto sociocultural del público y ejerciendo influencia política a través de la información que proporcionan.⁶⁷

Entonces, el ciclo se reproduce una y otra vez: difunden programas con contenidos de mala calidad, así como anuncios cuyas características sólo reafirman valores y estereotipos convenientes a los dueños de los medios y el capital. Igualmente, promueven otras de sus compañías en su misma empresa de medios, con lo cual fomentan el consumo de cada uno de los bienes y servicios que ofrecen. A eso se resume la relación economía-medios.

Lo preocupante de la situación son las cada vez más frecuentes alianzas o fusiones que se dan entre los empresarios de la radio, por ejemplo, con la finalidad de hacer más atractiva su oferta a los anunciantes: a mayor cobertura, mayor población, y por tanto, más compradores.

Lo peor del caso es que los consorcios se vuelven más grandes y poderosos, dejando con menos posibilidades de competir a los pequeños empresarios, con lo cual la tendencia de estos últimos es a desaparecer.

No obstante, el panorama luce peor para aquellos medios cuyo fin último es la promoción de la cultura y no la búsqueda de ganancias, pues tienen menos posibilidades de sobrevivir.

De todo ello, se desprende un segundo resultado: la falta de alternativas o lo que es igual, la uniformidad de los contenidos: lo mismo para todos.

Por tales razones, no es de extrañar el pequeño número de familias propietarias de los medios de comunicación, así como la alta concentración de los ingresos generados por publicidad.

⁶⁶ "Público cotidiano", *El Financiero*, Sección Cultural, 2 de enero de 2001, p. 48.

⁶⁷ Karin Bohmann, *Op. cit.*, pp. 180 y 181.

2.2.1 Concesiones e impuestos.

El refrendo de concesiones sin condición alguna, así como la evasión al fisco también forman parte de la relación economía-medios.

Sin olvidar que en 1989 se refrendaron más de 500 concesiones en todo el país, es necesario ir al 2000.

<<En febrero, el subsecretario de Comunicaciones, Jorge Silberstein, dijo que en el 2000 serían renovadas entre 40 y 50 concesiones, mediante un "proceso claro y ordenado". También informó que durante la administración de Ernesto Zedillo y hasta finales de 1999, la SCT refrendó 180 concesiones de radio y televisión, de las aproximadamente mil 600 que hay en toda la República Mexicana>>.⁶⁸

Tal hecho cobra relevancia si se toman en consideración los 22 mil 100 millones de pesos que en el 2000 fueron obtenidos por los medios de comunicación por concepto de publicidad, y de los cuales, el 10% fueron para la radio, de acuerdo con cálculos de la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (AMAP).⁶⁹

¿Por qué es importante? Porque de ese dinero recibido no se paga el impuesto correspondiente por *tiempo comercial* aplicando la tasa de 25%, un elemento más que propicia la concentración de capital en unas cuantas manos.

Para una mejor comprensión de lo anterior, es necesario fijar la atención en un artículo escrito en 1998 por Enrique Velasco Ugalde, catedrático de la Universidad Autónoma Metropolitana, donde se señalan, entre otras cuestiones, los ingresos de las entonces 49 radiodifusoras comerciales del Distrito Federal.

Las 49 emisoras multicitadas difunden diariamente en promedio mil 152 horas. El 50% de ese tiempo, 576 horas, se considera, con base en el acuerdo presidencial de Díaz Ordaz y los empresarios, como tiempo comercial, y es la base para calcular el impuesto sobre los ingresos generados por su venta sobre la tasa del 25%. Si el minuto de publicidad tiene un costo promedio para esas estaciones de cuatro mil 771 pesos, la hora cuesta 286 mil 260 pesos. Esta cantidad, multiplicada por las 576 horas comerciales arroja un ingreso diario para las 49 empresas de 164 millones 885 mil 760 pesos; el 25% de esta cantidad a pagar como impuesto sería 41 millones 221 440 pesos diariamente.⁷⁰

Si al día de hoy existen 61 frecuencias en el cuadrante capitalino y el 90% de ellas pueden comercializar sus espacios con tarifas publicitarias que aumentan año con año, ¿cuánto dinero está dejando de percibir el erario si emisoras como *Radio Uno* de Organización Radio Fórmula o *La Z* de Grupo Radio Centro cobran 33 mil y 15 mil pesos por 60 segundos.⁷¹, respectivamente?

⁶⁸ Gabriel Sosa Plata, "La sintonía de la radio mexicana en el 2000", *Revista Mexicana de Comunicación*, marzo-abril de 2001, p. 32.

⁶⁹ *Ibid.*, p. 27.

⁷⁰ Enrique Velasco Ugalde, "El privilegio de los concesionarios de radio y TV", *Revista Mexicana de Comunicación*, octubre-diciembre de 1998, p. 41.

⁷¹ Medios Publicitarios Mexicanos, *Directorio de medios audiovisuales*, septiembre de 2000, p.

La situación de las televisoras no es diferente. A raíz de las campañas políticas para contender por la presidencia de nuestro país en el 2000, la televisión obtuvo beneficios económicos inigualables. Por la difusión de un spot de 20 segundos en un horario de 22:00 a 22:30 horas, los partidos políticos pagaron hasta 260 mil 400 pesos en Televisa y 120 mil en TV Azteca.⁷²

¿Dónde está el dinero del impuesto? En el bolsillo de los empresarios por el *Acuerdo relativo al uso oficial del 12.5% en radio y televisión*, publicado en el Diario Oficial del 1º de julio de 1969.

Por dicho Acuerdo, los empresarios quedan exentos de pagar el 25% de impuesto correspondiente al erario, pero a cambio deben darle al gobierno federal el 12.5% del total de su tiempo de transmisión. La no utilización de ese tiempo, no es acumulable ni genera intereses.

Tal condición resulta en dinero regalado a los concesionarios, porque éstos quedan en libertad de explotar el tiempo no aprovechado por el Estado como mejor les convenga. Se dice esto a razón de que las autoridades emplean, cada vez menos, su 12.5%, debido a su falta de capacidad de producción y a su total desinterés por hacer algo al respecto.

Por otro lado, al haber resultado ganador de las elecciones presidenciales de 2000 el Partido Acción Nacional (PAN) y no el Partido Revolucionario Institucional (PRI), quedaron en tela de juicio muchos de los vínculos que este último estableció a lo largo de su estancia en el poder.

Lo anterior, aunado a la discusión por el uso del tiempo oficial del Estado ante la negativa de los radiodifusores para transmitir mensajes del Instituto Federal Electoral (IFE) durante el tiempo de campaña, obliga a la nueva administración a tomar cartas en el asunto.

Así, los radiodifusores, preocupados por formar parte de las discusiones desde el centro mismo del huracán, se aseguraron un lugar en las curules de la Cámara de Diputados; ejemplo de ello, es Francisco Javier Sánchez-Campuzano, presidente de Grupo Siete.

Este hecho muestra la profunda inquietud de los empresarios de la radio por la posible pérdida de sus privilegios, así como el que se ocupan puestos de representación social no para velar por los intereses de todos los mexicanos, sino para proteger los propios y los de un cierto grupo.

Finalmente, es posible que, como las televisoras, también los radiodifusores se unan para enviar mensajes de rechazo hacia cualquier iniciativa que pueda perjudicarlos.

⁷² Alma Rosa Alva de la Selva, "La TV del 2000 en su cincuentenario", *Revista Mexicana de Comunicación*, marzo-abril de 2001, p. 22.

2.3 Sociedad y medios.

Las acciones que en política y economía se llevan a cabo con relación a los medios, repercuten particularmente en la sociedad, pues es a ésta a quien se daña con la letra muerta de la Ley Federal de Radio y Televisión y la falta de reglamentación en materia de libertad de expresión y derecho a la información, entre otras cosas.

A pesar de que la sociedad mexicana, en ocasiones, deja de ser pasiva "(...) se encuentra desarticulada, mayoritariamente inmovilizada, pasmada casi por la desinformación, por sus todavía escasas tradiciones cívicas, la desesperadamente insuficiente cultura política, el autoritarismo estatal y las imposiciones ideológicas de grupos privados".⁷³

Entre los *grupos privados* se encuentran la mayoría de los medios de comunicación masiva y éstos, con sus excepciones, olvidándose de su función educativa e informativa, centran sus esfuerzos en entretener únicamente. La finalidad es mantener una sociedad consumista y acrítica.

Desde luego, los empresarios dirán que los individuos pueden cambiar de canal o de estación radiofónica, incluso de analizar o criticar los programas, pero la población ¿tiene la educación necesaria, la educación para ver y escuchar a los medios?

Se piensa que no, pues vasta una mirada a los bajos niveles de escolaridad de la sociedad mexicana, la falta de hábito de lectura, así como la inexistencia en las escuelas de una materia dedicada a la educación para los medios, por ejemplo.

2.4 Medios.

Después de haber esbozado las relaciones de los medios de comunicación masiva con política, economía y sociedad, es propicio hablar de los medios mismos. Pero antes de llevar a cabo esta tarea ha de aclararse lo siguiente: no por carecer de importancia, sino porque el objeto de estudio del presente trabajo es una radiodifusora, se ahondará un poco más en las condiciones de la radio que de la televisión o de la prensa escrita.

Una vez hecha la anotación, a continuación se presenta un texto que puede hacer las veces de dato curioso, pues de haberse convertido en realidad lo referido, tal vez no habría la actual concentración de medios.

(...) en las primeras solicitudes de concesión a particulares se le ofrecía al gobierno el 20% de participación en las ganancias. Se comprometía el empresario a no competir con las emisoras estatales, sino más bien a someterse a la supervisión de la Secretaría [Secretaría de Comunicaciones y Transportes y Obras Públicas], establecer aparatos receptores en escuelas y en salas públicas, y construir escuelas técnicas e incluso una fábrica para la producción de radios como nueva fuente de

⁷³ Raúl Trejo Delarbre, *La sociedad ausente...*, p.172.

empleos. Una propuesta de contrato de Coindreau incluía la oferta de que el gobierno pudiera censurar las transmisiones si éstas no correspondían a los intereses básicos del gobierno o a las leyes vigentes...tales proyectos no se llevaron a cabo y los iniciadores no se impusieron en el sector radiofónico.⁷⁴

Cabe mencionar que los hechos relatados por Bohmann tuvieron lugar en los años 20, en los inicios de la radio en México. A ocho décadas de distancia, el panorama es muy diferente, pues, como se dijo líneas arriba, el gobierno favoreció el crecimiento de algunos empresarios y alentó la concentración de medios y riqueza.

2.4.1 El cuadrante nacional.

En el presente existen alrededor de mil 125 radiodifusoras concesionadas y 193 emisoras permisionadas en México. La cifra es aproximada porque, al parecer, cada organismo tiene sus propios datos. La Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) tiene los suyos y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, los de ella. Aunado a esto, el Tarifario Vyasa, así como los investigadores, tienen los propios.

Por lo tanto, para no confundir al lector, se tomará como fuente de información a la CIRT. El siguiente cuadro fue elaborado con los datos de dicha Cámara para conocer el crecimiento de la industria radiofónica en los últimos años.

NÚMERO DE FRECUENCIAS DE RADIO EN MÉXICO⁷⁵

AÑO	AM		FM		TOTAL
	Concesionadas	Permisionadas	Concesionadas	Permisionadas	
1995	723	64	323	44	1154
1997	745	74	371	73	1263
2000	746	95	378	98	1317

En cinco años, el medio radiofónico experimentó un crecimiento cercano al 14%, equivalente a 163 emisoras. Es evidente la diferencia en número entre estaciones concesionadas y permisionadas.

Para saber cómo se distribuyen geográficamente las radiodifusoras, así como los radio-hogares, consulte los **Anexos 5 y 6**, respectivamente. Cabe mencionar que el Distrito Federal es la entidad con mayor número de radio-hogares (1,735,496), no así con la máxima cantidad de emisoras (61), ya que los estados de Sonora y Tamaulipas poseen 89 estaciones de radio cada uno.

⁷⁴ Karin Bohmann, *Op. cit.*, pp. 88 y 89.

⁷⁵ El dato más reciente de la CIRT en el 2000 indica que son ya 747 las radiodifusoras en la banda de AM. Fuente: Beatriz Solís Leree, et al., "Radiografía actual de la radio en México", *Revista Mexicana de Comunicación*, octubre-diciembre de 1999, p. 31 y, Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, *Directorio 2000*, p. 216.

Por otro lado, las estaciones se agrupan en diversas cadenas. La cadena más exitosa será aquella que logre cubrir el mayor porcentaje de radio-hogares con un reducido número de radiodifusoras. Se trata de una relación costo-beneficio.

Radorama, por ejemplo, es un grupo de representación comercial. Entre sus funciones se encuentra la de vender espacios publicitarios y diseñar una estrategia de medios para los anunciantes que deseen dar a conocer sus productos o servicios en todo el país. También sucede que los grupos comercializan sus propios espacios, tal es el caso de MVS Radio. **Anexo 7.**

2.4.1.1 El cuadrante de la Ciudad de México.

Como ya se informó, el espectro electromagnético del Distrito Federal está compuesto por 61 frecuencias, la mayor parte de ellas comerciales. Es preciso recordar que el IMER posee estaciones tanto concesionadas como permisionadas. **Anexo 8.**

De las referidas 61 emisoras, 33 se encuentran en AM y 28 en FM. Asimismo, sólo ocho de ellas son permisionadas, a saber: Radio UNAM y Radio Educación en AM; Radio Ibero, Opus 94, Radio IPN, Radio UNAM, Órbita y Horizonte 108 en FM.

Es pertinente indicar que Órbita difiere, en cuanto a su programación y comercialización de sus espacios, de las otras emisoras permisionadas. Incluso podría confundirse con una estación concesionada.

En oposición, la XELA de Imagen Telecomunicaciones, aun cuando era una radiodifusora comercial, podía considerarse, hasta cierto punto, integrante de *la otra radio* por las características de su programación, cuyo sustento primordial se encontraba en la música clásica.

La XELA dejó de existir a partir de enero de 2002. Se convirtió en XEITE, Estadio W, una emisora dedicada a los temas deportivos con 12, 000 watts de potencia.⁷⁶

2.4.2 Televisión y prensa nacionales.

En cuanto a la televisión, la CIRT dice que en el 2000 hubo 466 televisoras de carácter concesionario y 124 de figura política permisionada. Sumadas todas hacen un total de 590 estaciones de televisión abierta.

⁷⁶ Vid. Sergio Raúl López, "Desaparece XELA por falta de patrocinio", *Reforma*, 29 de enero 2002, en <http://www.reforma.com/cultura/articulo/164299/default.htm>

En el Distrito Federal, Televisa y TV Azteca cuentan con cuatro y dos canales en televisión abierta, además de sus sistemas restringidos Sky y Direct TV, respectivamente.

De lado de la TV abierta se encuentran también Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional (IPN), Canal 22 de Televisión Metropolitana y Canal 40 de Televisora del Valle de México.

Otros sistemas restringidos en la misma entidad, según la CIRT, son Multiradio Digital y MVS Multivisión.

Por el lado de la prensa, se tiene que:

En 1997 se publicaban alrededor de 881 títulos: 300 periódicos y el resto lo componían revistas, boletines, historietas, fotonovelas y otras publicaciones periódicas. En 1996 el total de ejemplares fue de 735 millones.

Los periódicos representan el mayor porcentaje del mercado de publicaciones periódicas con un 55%, seguido por las revistas y boletines con un 30 por ciento.

En México se adquieren únicamente 113 ejemplares de periódico por cada mil habitantes...⁷⁷

Como puede notarse, la prensa, al lado de la radio y la televisión, presenta un importante rezago si se compara la cantidad de periódicos y revistas contra el gran número de emisoras y televisoras. De aquí que los llamados medios electrónicos sean cuantitativamente, que no cualitativamente, superiores a la prensa escrita ejerciendo una mayor influencia sobre el grueso de la población.

Dentro de la radio y la televisión también existen enormes disparidades, pues son más las concesionadas que las permitidas. Esto da como resultado que los contenidos de las segundas, de carácter *cultural* la mayoría de las veces, compitan en desventaja, numéricamente hablando, frente a los contenidos de las concesionadas.

Con esto último se da por concluido el presente capítulo a fin de dedicar las siguientes páginas a Radio UNAM.

⁷⁷ Sergio Aguayo, *El almanaque mexicano...*, p. 220.

CAPÍTULO III RADIO UNAM

*Un hombre que tiene algo que decir y no encuentra oyentes
está en una mala situación.
Pero todavía están peor los oyentes
que no encuentran quien tenga algo que decirles.*

Bertolt Brecht.

Los enunciados de Bertolt Brecht muy bien pueden aplicarse a las condiciones de Radio UNAM. Al interior de la emisora, por ejemplo, existen personas deseosas de tratar los temas propios de sus áreas de trabajo o de aportar sus conocimientos en el análisis de una situación determinada, sin embargo, encuentran poca gente interesada en escucharlas, *una mala situación*.

Del otro lado del aparato receptor, se encuentran numerosos sujetos que buscan contenidos diferentes a los prevalecientes en el cuadrante, pero los mensajes que les llegan de las frecuencias de la Máxima Casa de Estudios no les resultan atractivos en las más de las ocasiones, *no encuentran quien tenga algo que decirles*.

El problema en este caso no es quizás *quién*, sino *cómo* se los digan. Pero no es acertado adelantar conclusiones sin antes abordar la historia, organización y programación de la estación radiofónica de la Universidad Nacional Autónoma de México, Radio UNAM.

Esta radiodifusora fue la primera de carácter universitario en atravesar el espacio electromagnético nacional y sirvió de modelo e inspiración para que otras casas de estudios superiores reclamaran una frecuencia. De ahí, la importancia de su estudio.

3.1 Historia.

3.1.1 Un modesto comienzo.

¿Qué habría pensado Alejandro Gómez Arias, fundador y primer director de Radio UNAM, de saber que *su* estación algún día iba a ser sintonizada vía Internet?

No hay una respuesta para ello, pero de lo que sí hay una seguridad es de su orgullo por la emisora que inició sus transmisiones un 14 de junio de 1937. "Puede ser que tenga fallas, pero...creo que en los movimientos importantes...la universidad y consecuentemente Radio UNAM, han estado presentes".⁷⁸

Al recordar los primeros días al aire de la radio universitaria, Gómez Arias manifestó: "tratada con desdén, éramos demasiado pequeños para que nos tomaran en cuenta los grandes gigantes de la radiodifusión mexicana, como la XEW...Los medios de publicidad electrónicos apenas si le dedicaron breves cápsulas. De nuestro trabajo rara vez hablaron. Había un cierto silencio".⁷⁹

Eso no le importó a la gente que laboraba en la entonces joven emisora de 500 watts de potencia, cuyas siglas fueron XEXX, y que al decir de su primer director, se confundían con el nombre de una cerveza.

Ante la falta de presupuesto para pagar colaboraciones especiales y adquirir equipo sofisticado, la estación estaba abierta a todo aquel que tuviera algo que decir. Así, la música, las cátedras de profesores reconocidos, las lecturas de poemas y las reseñas de libros comenzaron a llenar los tiempos de transmisión que, entonces, eran de un par de horas por la mañana y alrededor de otras dos horas por la tarde/noche, según recuerda Don Alejandro.

La XEXX podía sintonizarse en los 1170 kilociclos Onda Larga y a duras penas cubría el Distrito Federal porque <<"la planta difusora se estableció en la antigua escuela de Ciencias Químicas, en Popotla, sobre unos tejados de lámina, rodeada de una arboleda espesa, lo cual hacía que la estación" tuviera dificultades en la captación. Además, "la antena era un alambre que colgaba de un edificio a otro">>.⁸⁰

Asimismo, los estudios de Justo Sierra 16, hoy Antiguo Colegio de San Ildefonso, abarcaban tan sólo dos cuartos. <<"Uno de ellos servía básicamente para bodega y oficinas generales; en el otro cuarto se ubicaba la parte medular de la estación en cuanto a aparatos. Ese cuarto estaba subdividido por una estructura más pequeña en tres zonas: una de ellas era la cabina de control, otra la cabina de locución^[sic] y el resto un estudio pequeño", donde ejecutaban sus intervenciones los pequeños conjuntos musicales invitados>>.⁸¹

⁷⁸ Sonia Morales, "Reflexión de Medio Siglo en Alejandro Gómez Arias, Fundador de Radio Universidad: 'Una Aventura Heroica'", *Proceso*, 8 de junio de 1987, p. 52.

⁷⁹ *Ibid.*, pp. 52 y 53.

⁸⁰ Rafael López, "Una nueva voz de siglos en el cuadrante", *Gaceta UNAM*, 11 de junio de 1987, p.6.

⁸¹ *Idem.*

Para completar el singular cuadro, vale decir que el equipo de la emisora estaba compuesto por "una tornamesa de madera, un [transmisor] Collins, un radio común y corriente, un piano viejo, un sofá y un micrófono marca 44 RCA Víctor..."⁸²

A pesar de la precariedad de las instalaciones, éstas representaron el proyecto hecho realidad de Alejandro Gómez Arias.

Gómez Arias, quien jugó un papel destacado a favor de la autonomía universitaria en el movimiento estudiantil de 1929, concibió la idea de contar con una estación radiofónica para llevar la cultura y la educación a las mayorías, influencia sin duda alguna de José Vasconcelos. Le acompañaron en la aventura José María de los Reyes, José Barros Sierra, Manuel Ángeles y, posteriormente, Álvaro Gálvez y Fuentes, "El Bachiller".

Gracias al esfuerzo del rector Luis Chico Goerne se obtuvo del presidente Lázaro Cárdenas el permiso de transmisión en 1936. Después de posponer en varias ocasiones la inauguración de la emisora, ésta por fin se efectuó en punto de las ocho de la noche desde el Anfiteatro Simón Bolívar de la Escuela Nacional Preparatoria.

El presidium estuvo conformado, entre otros, por Luis Chico Goerne, rector de la Universidad; José Hernández Delgado, oficial mayor de la Presidencia; Juan José Bremer, oficial mayor de la UNAM; Salvador Azuela, jefe del Departamento de Acción Social y Alejandro Gómez Arias, director de la emisora.

En el recinto también se encontraban académicos y estudiantes. Estos últimos eran tantos que se sentaron hasta en el suelo.

Aquella noche Eloise Roessler, Clelia Teresa Pin, la Orquesta Sinfónica de la Universidad Nacional y el Trío Clásico fueron parte de la ceremonia de inauguración en donde no podían faltar las palabras de Alejandro Gómez Arias.

En nombre del rector declaro inauguradas las audiciones de nuestras estaciones transmisoras... En esta forma la Universidad hace oír nuevamente su voz de siglos, la labor de su cuerpo colegiado, de sus médicos, de sus abogados, de sus ingenieros, de todos sus catedráticos, de todos los que sirven al país, del que la Universidad es esperanza y quiere ser ejemplo...

Tiene (la Universidad) un amplio programa de extensión cultural por medio de la radio...no sólo para todo el país, también para el extranjero...Envío un saludo a las comunidades universitarias de provincia. A ellos nos dirigiremos para llevarles el dato científico más reciente, la voz de nuestros mejores profesores, las bibliografías más notables y cultas.

Nuestras estaciones estarán al servicio del país...al servicio de la cultura y al servicio del arte.

(...) las estaciones universitarias transmitirán las grandes obras musicales de todos los tiempos y también las melodías anónimas del pueblo, armoniosas y cristalinas cuando son auténticas.

En alas de ese instrumento prodigioso la Universidad Nacional se ofrece al país, queriendo que se la escuche y que se la juzgue.⁸³

⁸² Juan Marcial, "Experiencia y vocación: los trabajadores de Radio UNAM", *Gaceta UNAM*, 11 de junio de 1987, p.12.

⁸³ Alejandro Gómez Arias, primer director de Radio UNAM, fragmentos del discurso inaugural de la emisora, *Gaceta UNAM*, 11 de junio de 1987, p.2.

Fue así como Radio UNAM inició su ya larga trayectoria en el cuadrante mexicano. En un principio, los objetivos que pretendía alcanzar se sustentaron en el discurso inaugural de Gómez Arias: *extensión de la cultura en voz de los académicos universitarios y difusión de las grandes obras musicales*.

A 65 años de distancia, dichos objetivos no han variado. Sin embargo, antes de discutir este punto, es necesario continuar con la revisión histórica de la sexagenaria radiodifusora.

3.1.1.1 El entorno.⁸⁴

Las primeras ondas hertzianas de Radio UNAM se emitieron en un ambiente político tenso a causa de un importante conflicto entre la Máxima Casa de Estudios y el gobierno cardenista.

Mientras éste último estaba empeñado en establecer la enseñanza socialista, la Universidad se negaba rotundamente a implantar dicho sistema, ya que en su interior prevalecían los pensadores liberales y positivistas.

Ante el rechazo de la institución educativa a la propuesta gubernamental, Cárdenas retiró parte del subsidio a la Máxima Casa de Estudios y creó el Instituto Politécnico Nacional.

Se limaron asperezas cuando Chico Goerne ocupó el cargo de rector en sustitución de Fernando Ocaranza Carmona, en 1935. Sin embargo, en los inicios de la radio universitaria, no faltó quien evidenciara el reciente altercado y dijera que no había razón para que en la emisora interviniera la política. Eso no ocurrió.

Por otro lado, en el campo de las artes de aquel 1937, los nombres de Alfonso Reyes, Jorge Cuesta, Jaime Torres Bodet, Salvador Novo, Nicolás Guillén y Xavier Villaurrutia resonaban en los círculos literarios del país, mientras que José Clemente Orozco, David Alfaro Siqueiros, Diego Rivera, Fermín y Silvestre Revueltas, así como Manuel y Lola Álvarez Bravo buscaban el reconocimiento dentro de sus respectivas áreas.

En la radio comercial se escuchaban las voces de Toña la Negra, Pedro Vargas, Alfonso Ortiz Tirado y Juan Arvizu, en tanto que en las canchas de fútbol los equipos del Atlante, España, Asturias y Necaxa se disputaban los primeros lugares.

En materia política, el presidente Cárdenas repartía tierras, y en diciembre, daba a conocer su decisión de transformar el Partido Nacional Revolucionario en Partido de la Revolución Mexicana. Tres meses más tarde -marzo de 1938- la Expropiación Petrolera tenía lugar.

⁸⁴ Vid. Saúl Rivera Gil, "1937, decisivo en el México contemporáneo", *Gaceta UNAM*, 11 de junio de 1987, p. 8.

Para 1939, siendo director el señor Rafael López Malo, la radio universitaria cambió siglas y frecuencia a XEUN, 860 KHz en Amplitud Modulada con 5,000 watts de potencia. Asimismo, comenzó sus transmisiones en Onda Corta con una potencia de 1,000 watts bajo las siglas XEYU en la frecuencia de los 9,600 KHz banda internacional de 31 metros. El equipo transmisor de la XEYU era Western Electric.

Cabe mencionar que no fue Radio UNAM la primera emisora en apartarse de la modalidad comercial impulsada con gran vigor por la XEW. En 1923, se inauguró la JH de Guerra y Marina; en 1924, apareció la CZE (antecesora de Radio Educación), y en 1930, inició sus transmisiones la XEFO del Partido Nacional Revolucionario.

3.1.2 Bahía de Cochinos.

Los primeros minutos de estar al aire fueron memorables, pero también lo fueron las épocas en que Radio UNAM fue muy escuchada al fungir como vocero de la comunidad estudiantil, cumplir su papel de medio de información y brindar servicios al público en general cuando así lo exigieron las circunstancias.

Desde el punto de vista de Rodolfo Sánchez Alvarado, productor de Radio UNAM ya jubilado, uno de los momentos más representativos de la emisora de la Máxima Casa de Estudios tuvo lugar en 1961 cuando Bahía de Cochinos era invadida. "(...) grabé la transmisión que provenía de una radio de onda corta, discutimos si la transmitíamos o no, y la transmitimos. En media hora la estación estaba inundada por gente interesada en lo que pasaba en Cuba".⁸⁵

Se complementó la transmisión del suceso con entrevistas a la comunidad universitaria para conocer su opinión y se buscaron también los análisis de especialistas. De esta forma, se contó con diversos enfoques del conflicto y se mantuvo informado al escucha.

3.1.3 La época de oro.

Cuando la radio comercial fue invadida por la monotonía, brillaron las ondas hertzianas de la estación universitaria.

Al decir de Manuel Estrada Maldonado, subdirector de Producción de Radio UNAM, "Max Aub es el que abre toda esta época y allí sí existe memoria en la fonoteca -que lleva el nombre del maestro Alejandro Gómez Arias- de todos los radioteatros; del *Teatro en Atril*, del *Teatro de Nuestro Tiempo* donde abre la cabina a grandes voces. Por ejemplo, es

⁸⁵ Juan Marcial, Art. cit., p. 13.

cuando empiezan a hacer sus pininos Carlos Monsiváis, Octavio Paz y Carlos Fuentes que ahora son los grandes literatos de la cultura mexicana".⁸⁶

De su entrada a Radio UNAM, Monsiváis recuerda que fue en 1953 cuando pisó por primera vez las instalaciones de la emisora a invitación de Vicente Magdaleno, su profesor de literatura. Siete años más tarde, el escritor empezó a trabajar en la radiodifusora a instancias de quien en aquellos días era el director de la misma: Pedro Rojas.

Hasta entonces, la música, las cátedras, los poemas y los breves noticiarios, entre otras cosas, seguían haciendo la programación de Radio UNAM. Con Rojas al frente, se abrieron espacios a la crítica cultural dentro de la carta programática.

Carlos Monsiváis, a propósito del quincuagésimo aniversario de Radio UNAM, escribió un texto que, por reflejar toda la riqueza de la emisora en los años 60, se reproduce aquí en algunas de sus partes.

Encontré un ambiente solidario, y un deseo de experimentación radiofónica. El imprescindible Carlos Illescas innovaba métodos y formatos, Raúl López Malo programaba la música culta...A Pedro Rojas lo sustituyeron el escritor Max Aub (director) y el filósofo y psicólogo Julio González Tejada (subdirector). Max escribía el día entero, y patrocinaba las transformaciones posibles; González Tejada llamaba a novelistas, poetas, críticos. Fue un periodo intenso y brillante, Carlos Fuentes y Fernando Solana se encargaron de la crítica política; Rosario Castellanos, José Emilio Pacheco y Sergio Pitol de los comentarios bibliográficos (con intervenciones ocasionales de Gabriel García Márquez, Juan García Ponce y Emmanuel Carballo), Elena Poniatowska hacía entrevistas episódicas. Luis Cardoza y Aragón se encargó de la crítica de artes plásticas; Juan López Moctezuma de las series de jazz, y José Antonio Alcaraz de los comentarios musicales .

De pronto, Radio Universidad se puso de moda, en plena integración con el ánimo febril y chispeante que hemos dado en llamar "los sesentas".^{[sic] 87}

De los programas elaborados por Monsiváis destaca *El cine y la crítica*, iniciado por Nancy Cárdenas.

Poco a poco, **El cine y la crítica** se fue convirtiendo en una sucesión de sketches paródicos, las sátiras semanales de la política, la sociedad, la cultura, el nacionalismo, el cosmopolitismo, la oligarquía, el populismo, el cine, la televisión. Con rapidez se congregaron los actores, coordinados por Nancy Cárdenas.

Recuerdo ahora a Claudio Obregón, Ana Ofelia Murguía, Oscar Chávez, Sergio Guyik, Juan López Moctezuma, Sergio de Alva, Rolando de Castro, Aurora Molina, Beatriz Bueno, Estela Matute, Carmina Martínez, Luis Heredia. Y los locutores Bill Chávez, Antonio Bermúdez, Rodolfo Sánchez Alvarado.

...repetíamos las veces que hacía falta y grabábamos en tres horas la media hora que se transmitía los domingos a las dos y media de la tarde.

De hecho, no conocimos la censura. Y la autocensura era la prevaleciente en los sesentas^[sic]...

Pese a las sátiras, y a las referencias negativas al Sistema, en Radio Universidad, como en general en el medio cultural, la política no era la obsesión dominante.⁸⁸

El movimiento estudiantil del 68 le toca a Monsiváis vivirlo dentro de la emisora y es, en palabras de Manuel Estrada, el episodio histórico en el que...

⁸⁶ Entrevista con Manuel Estrada, subdirector de Producción de Radio UNAM, enero de 2001.

⁸⁷ Carlos Monsiváis, "Recuerdos selectivos y agradecidos", *Gaceta UNAM*, 11 de junio de 1987, p. 10.

⁸⁸ *Ibid.*, pp. 10 y 11.

Radio Universidad culmina su gran papel y dibuja en el mapa de los medios de comunicación en general la vanguardia porque mientras unos apoyaban totalmente al plan oficial, a la información que venía directamente del gobierno, a las críticas que hacía el gobierno y la sociedad misma del movimiento estudiantil del 68, Radio Universidad, trinchera precisamente de los universitarios... tenía que ser aquella que contrapusiera de alguna forma toda la información oficial que se estaba dando en ese momento.⁸⁹

Fue la estación universitaria la que informó de las marchas y la represión, del avance del movimiento y de los discursos de Barros Sierra hasta su renuncia al oponerse a la ocupación de Ciudad Universitaria.

De hecho, dentro de la programación de Radio UNAM se abrió un espacio a los líderes del Consejo Nacional de Huelga (CNH) por orden del rector. Monsiváis fue el encargado de su producción.

Al respecto, comenta el escritor:

El programa, básicamente informativo, se transmitía a diario, y se hizo de un gran público desde el primer momento. Se oía la estación para enterarse de los puntos de vista y los hechos que la gran prensa proscibía. El director de Radio UNAM, Joaquín Gutiérrez Heras, se negó a cualquier censura, y sólo pidió un lenguaje racional, a la altura de la actitud mostrada por brigadistas y manifestantes.

Yo combinaba el montaje de la serie del CNH con las parodias de **El cine y la crítica**, centradas exclusivamente en la ridiculización del aparato represivo...

Luego de la ocupación militar de Ciudad Universitaria (del 18 al 23 de septiembre), los diputados, el inefable Octavio Hernández, a quien premiarían con la Secretaría General del DDF, y el locutor Luis Farías, a quien obsequiarían con la gubernatura de Nuevo León, el control político de la Cámara de Diputados y la alcaldía de Monterrey, insultaron con rencor y vileza al rector Barros Sierra, y atacaron el "adoctrinamiento subversivo", impartido desde Radio UNAM, señalando sin nombrarlos los programas de^[sic] CNH y **El cine y la crítica**. De modo tajante, Barros Sierra les contestó a "esas personas menores" y a quien las mandaba, pero por unas semanas Radio Universidad salió del aire. Se volvió al trabajo semanas después del 2 de octubre.⁹⁰

En septiembre de 1968 el Ejército entró a Ciudad Universitaria y a las instalaciones de la emisora en busca de armamento. Detuvieron al locutor Rolando de Castro, al operador José Taylor y al programador Carlos Bustillo.

Al haber sido muy serio el problema se suspendió la frecuencia de la Universidad y cuando se reanudaron las transmisiones nada fue igual, los ánimos habían decaído, así como la potencia de la emisora (de 45,000 a 40,000 watts). No obstante, "Radio Universidad cobró entonces una dimensión más entrañable, ligada al proyecto aplastado, pero no vencido".⁹¹

El movimiento del 68 marca un momento importante dentro de la vida de la emisora universitaria no sólo porque se les abren los micrófonos a los estudiantes, sino porque, además, se le permite a la propia estación una mayor libertad para informar.

⁸⁹ Entrevista con Manuel Estrada, subdirector de Producción de Radio UNAM, enero de 2001.

⁹⁰ Carlos Monsiváis, *Op. cit.*, p. 11.

⁹¹ *Idem.*

Explicó Estrada:

Radio Universidad es, poco después del 68, en el 71, quien transmite en vivo y a control remoto aquel discurso de Luis Echeverría Álvarez donde le dan de pedradas... parece ser que en la fonoteca existe una cinta donde Echeverría les mienta la madre a los estudiantes. Esto pasó en vivo en Radio Universidad y a control remoto mientras que las otras emisoras, los periódicos y la televisión decían otras cosas. Fue nuevamente como una trinchera de la información no oficial en respeto de su propia autonomía.⁹²

Es posible que esa transmisión fuera una de las últimas que realizara la radiodifusora en un intento por recobrar su fuerza adquirida en el 68.

Después me parece que empieza el declive de la emisora... en el 68 y en la época de los 70 cuando había guerrillas urbanas y estaba el movimiento 23 de Septiembre, la Liga Comunista, la Universidad era el caldo de cultivo de muchos pensadores, de muchos luchadores. A Radio Universidad la ven [las autoridades] como un medio peligroso por contraponerse a las versiones oficiales y deciden entonces sacar a Radio Universidad [de Ciudad Universitaria] para ubicarla en Adolfo Prieto. ...esta distancia con los años la pagaría caro porque la distancia física también marcaría una distancia política con la emisora, era aislarla, era hacerla a un lado, era hacerla menos accesible -cada vez más- a la voz de los universitarios, y por universitarios consideremos no sólo a los académicos, a los investigadores, sino a la mayoría de la población que son los estudiantes.⁹³

Esas fueron las circunstancias en las que terminó, al parecer de quien esto escribe, una de las mejores épocas de Radio UNAM; una emisora abierta, plural, rica en dirigentes y colaboradores comprometidos con el quehacer radiofónico, pero sobre todo con escuchas interesados en sus contenidos.

3.1.4 Los sismos de 1985.

La mañana del 19 de septiembre de 1985 será recordada por siempre en nuestro país. Un fuerte terremoto provocó que muchas construcciones se vinieran abajo y que un sinnúmero de personas perdieran la vida.

Dadas las circunstancias, Radio UNAM abandonó casi inmediatamente su programación habitual a fin de poner al servicio de la comunidad sus frecuencias. A través de ellas los sobrevivientes avisaban a sus familiares que se encontraban a salvo y hacían saber sus necesidades de albergue, medicamentos, ropa y alimento.

Asimismo, los grupos de ayuda informaban al público de su ubicación, así como de los recursos que podían proporcionar a la población afectada.

La estación, en conjunto con la comunidad estudiantil, organizó actividades de apoyo a los damnificados.

⁹² Entrevista con Manuel Estrada, subdirector de Producción de Radio UNAM, enero de 2001.

⁹³ *Idem.*

En recompensa, le fueron entregados a la emisora "El Reconocimiento Nacional 19 de Septiembre" y el "Diploma de Reconocimiento a la Solidaridad Institucional" por parte del Gobierno Federal.

Por su lado, el Club de Periodistas le otorgó el Premio Nacional de Periodismo por el trabajo realizado a favor de la población. **Anexo 9.**

3.1.5 1987.

"Fortaleza y Debilidad de la UNAM" del rector Jorge Carpizo (1987) era un documento en el que se establecía una reforma total a la Máxima Casa de Estudios. El Consejo Estudiantil Universitario (CEU) no estuvo de acuerdo con ella y buscó el apoyo de los estudiantes. Éstos se lo brindaron y estalló la huelga que duraría un mes aproximadamente.

En ese intervalo de tiempo las negociaciones entre el CEU y las autoridades universitarias fueron escuchadas por altavoces puestos en cada recinto académico vinculado con la Universidad. La frecuencia que sintonizaron fue la de Radio UNAM que transmitía a control remoto.

Para dar solución al problema se acordó la celebración de un Congreso Universitario y se nombró una Comisión Organizadora. Después de tres años todo estaba listo y se planteó la posibilidad de que se transmitiera el Congreso por la radiodifusora de la Universidad.

Al parecer, no era del gusto de las autoridades el que Radio UNAM interviniera y nadie quería tomar la decisión de transmitir en vivo las 11 mesas de trabajo que se iban a llevar a cabo en Ciudad Universitaria. Los estudiantes tuvieron que amenazar con "tomar" las instalaciones para que se les abrieran los micrófonos de la radiodifusora.

Finalmente, la estación universitaria transmitió el Congreso.

Probablemente, esta fue la última vez que Radio Universidad fue considerada un foro importante, pues aun cuando en 1999 nuevamente hubo paro de labores en la UNAM, la emisora no resultó una alternativa viable para el estudiantado.

El 20 de abril de 1999 se declaró el paro de actividades en la UNAM, debido a que el Consejo Universitario había aprobado el 15 de marzo un cambio en el Reglamento General de Pagos. Por dicha modificación, los estudiantes de bachillerato y licenciatura estaban obligados a pagar cuotas de inscripción más altas, es decir, de 20 centavos pagarían mil pesos al año.

Barnés tomó precauciones para evitar que la medida generara un excesivo sufrimiento social. Las cuotas serían cobradas solamente a los estudiantes que provinieran de familias con ingresos superiores a los cuatro salarios mínimos (alrededor de 4,000 pesos) al mes. El dinero que se obtuviera de estas

cuotas se emplearía estrictamente para financiar becas en efectivo para estudiantes de pocos recursos y servicios estudiantiles, como bibliotecas e internet^[sic], que benefician mayoritariamente a los estudiantes con menos recursos, ya que no tienen estos servicios en casa. Sin embargo, pronto empezó a organizarse un movimiento de protesta de estudiantes, algunos profesores y activistas políticos en contra del alza de cuotas.⁹⁴

Durante casi un año se mantuvo el paro de labores y las discusiones entre el Consejo General de Huelga (CGH) y las autoridades universitarias se transmitieron a control remoto por Radio UNAM. Sin embargo, el hecho pasó inadvertido para una gran mayoría de la comunidad estudiantil.

Incluso, algunos miembros del CGH decidieron abrir otra estación radiofónica: la *Ké Huelga!*

En franca parodia de la emisora comercial la *Ké Buena*, la *Ké Huelga!* podía escucharse en Coyoacán, Milpa Alta, Xochimilco, Álvaro Obregón, Contreras y Tlalpan a través del 102.1 de FM.

(...) funcionó del 27 de abril de 1999 hasta el 6 [de] febrero pasado, cuando la Policía Federal Preventiva entró a la UNAM. Instalada en la Ciudad Universitaria...muy pronto enfrentó interferencias, presumiblemente de la SCT, a través de una señal que difundía música continua o un ruido permanente, y que si bien no podía encimarse a la señal de la estación operada por los paristas, sí obstaculizaba la recepción en algunos lugares más lejanos. Todavía unos días después de la irrupción policiaca en CU, la señal de interferencia se difundía, no fuera a ser que la *¡Qué huelga!* resucitara en algún lugar misterioso y volviera a transmitir.⁹⁵

Una de las críticas que le hizo el subdirector de Producción de Radio UNAM a la *Ké Huelga!* reza así:

(...) de radio pirata tenía parte, pero me parece que era una radio panfletaria que repetía muchos de los modelos que ya no vemos ni siquiera en la Europa Oriental o en la Occidental...El resultado es que si ellos hubieran querido, aunque les hubieran cerrado la *Ké Huelga!* y la Policía Federal Preventiva se las hubiera tomado, conociendo las experiencias latinoamericanas y europeas hubieran estado en otra parte y no están.⁹⁶

A esto se suma "...la actitud, a veces autoritaria y arrogante, de quienes emitían su voz a través de la *¡Qué huelga!*"⁹⁷, señalada por Mejía Barquera en la revista *etcétera*.

En cuanto a que si la *Ké Huelga!* había surgido de una necesidad social de la población estudiantil, Estrada opinó: "yo creo que más bien correspondía al momento histórico que se estaba viviendo y que era una necesidad -ante la cerrazón de todos los

⁹⁴ *Todo México 2000...*, p.13.

⁹⁵ Fernando Mejía Barquera, "Adiós *¡Qué huelga!*", *etcétera*, <http://www.etcetera.com.mx/rad73.asp>

⁹⁶ Entrevista con Manuel Estrada, subdirector de Producción de Radio UNAM, enero de 2001. Manuel Estrada se equivocó, el CGH sí estuvo en otro lugar: en Internet, <http://www.kehuelga.org>

⁹⁷ Fernando Mejía Barquera, *Op. cit.*

medios y de la radio misma [de Radio Universidad]- a abrir espacios de expresión para manifestarse, pero creo que se perdieron los objetivos".⁹⁸

De cualquier manera, el hecho es el mismo: los miembros del CGH buscaron un foro de expresión y no fue Radio UNAM.

3.1.6 Evolución técnica.⁹⁹

En 1956, cuando fungía como director de Radio Universidad Pedro Rojas Rodríguez, se suspendieron las transmisiones de mayo a octubre con el fin de reconstruir los equipos de AM y Onda Corta.

Después de concluidas las reparaciones, se inauguró la primera torre-antena de transmisión de 86 metros de altura con la cual la señal de la radiodifusora llegó a los estados circunvecinos al Distrito Federal.

De igual forma, los horarios de transmisión se ampliaron. Hasta mayo de 1956 la programación podía ser escuchada de 16:00 a 23:00 horas de lunes a sábado, no había transmisiones los domingos, días festivos y períodos vacacionales de la UNAM.

Los nuevos horarios a partir de octubre del 56 cubrieron de las 13:00 a las 23:00 horas de lunes a sábado y los domingos de las 10:00 a las 22:00 horas, los 365 días del año. Asimismo, los discos de 78 revoluciones por minuto comenzaron a ser sustituidos por discos LP de 33 revoluciones por minuto.

En 1957 volvieron a ampliarse los horarios de transmisión. Esta vez abarcaron de las 13:00 a las 01:00 horas de lunes a domingo. Además, se adquirió equipo de grabación profesional AMPEX y se empezaron a reunir los materiales producidos en la emisora. El primero que se integró al acervo fue *"Una antología caprichosa, poetas del siglo XX"*, cuyos productores fueron Octavio Paz y el poeta francés Pierre Comte.

1958 marcaría un hecho trascendente en la vida de la estación no únicamente por las mejoras presupuestales, de espacio y técnicas que experimentó, sino también porque los estudios de la radiodifusora se mudaron al corazón mismo de la Máxima Casa de Estudios: Ciudad Universitaria (C.U.).

El 17 de abril los estudios y la gente de Radio UNAM se mudaron a la planta baja de las oficinas técnicas número 1 de C.U. Con el cambio de domicilio, incluso llegó un nuevo transmisor de FM marca Phillips.

⁹⁸ Entrevista con Manuel Estrada, subdirector de Producción de Radio UNAM, enero de 2001.

⁹⁹ Vid. *Cronología Técnica de Radio UNAM 1937-1997*, Documento inédito.

Así también, cuenta Ignacio Bill Chávez, técnico de grabación en 1987 de la estación, que fue en 1958 cuando se creó la Fonoteca, el Departamento de Grabaciones y el de *Voz Viva de México*.

Las voces y los trabajos de escritores como Guadalupe Amor, Carlos Fuentes, Juan José Arreola y Carlos Pellicer fueron recopilados entonces. *Voz Viva de México*, como departamento, pronto desapareció, pero la manufactura de la colección que lleva el mismo nombre quedó a cargo de Difusión Cultural de la UNAM, así como *Voz Viva de América Latina*.

El transmisor de Frecuencia Modulada, ubicado en la Torre de Rectoría de Ciudad Universitaria, no fue inaugurado sino hasta 1959 por el rector Nabor Carrillo. Con una potencia de 1,000 watts la XEUN FM pudo sintonizarse en la frecuencia de los 96.1 MHz.

Para 1963 se compró un terreno en el Antiguo Rancho El Arbolillo, Ticomán, Distrito Federal, con el fin de instalar la planta transmisora de Onda Larga. Hacia 1964 el rector Ignacio Chávez puso en funcionamiento dicha planta con un nuevo equipo de AM de 45,000 watts de potencia en el día y 25,000 watts de noche. Diez años más tarde, el rector Guillermo Soberón inauguró el transmisor auxiliar de AM, su potencia: 10,000 watts.

Durante el movimiento estudiantil de 1968, la emisora fue foro de expresión y fuente de información para la población universitaria. Pero días después de la ocupación militar de C.U., y por los consecuentes problemas que tuvo la emisora, ésta salió del aire, y cuando regresó, vio mermada su potencia a 40, 000 watts.

Tiempo después, acababa de celebrarse el octavo aniversario del imborrable *2 de octubre*, cuando se le asestó a Radio UNAM uno de los golpes más fuertes de su historia: se le ubicó fuera de Ciudad Universitaria.

A partir del 11 de octubre de 1976, Adolfo Prieto 133 en la colonia Del Valle albergó a la radiodifusora. Guillermo Soberón inauguró las instalaciones que hoy dan cabida a las oficinas administrativas, la Fonoteca y Discoteca, cuatro estudios de grabación, dos cabinas de transmisión una de AM y otra de FM, un departamento de producción, uno más de información, una sala de pre-producción y, por supuesto, la sala "Julián Carrillo" que abrió sus puertas al público en 1977.

A pregunta expresa a Manuel Estrada en cuanto a que si la estación podría regresar nuevamente a Ciudad Universitaria, respondió:

Tendrían que cambiar los tiempos, yo no creo que ni con Fox en el poder la emisora regresaría a Ciudad Universitaria, porque es una bomba de tiempo. Y es una bomba de tiempo porque ahora el avance tecnológico te permite muchas formas de difusión, ya no sólo es la AM y FM u Onda Corta, ahora es también Internet por donde ya está transmitiendo Radio UNAM.

Y enfatizó:

Tendría que ser una decisión política de muy alto nivel, y como veo las cosas, creo muy poco el que esta negociación política se lleve a cabo para que Radio Universidad regrese a Ciudad Universitaria porque los costos para las autoridades serían muy altos.¹⁰⁰

Por otro lado, en 1978 se creó la Audioteca "Augusto Novaro" en donde los interesados podían escuchar el material de la fonoteca y discoteca mediante un simbólico pago. La Audioteca desapareció a mediados de la década de los 80, refirió Estrada.

En 1986, el Departamento del Distrito Federal donó a la UNAM un terreno en el kilómetro 4.5 de la carretera al Ajusco. El predio fue utilizado para instalar la antena y el transmisor de Frecuencia Modulada con la finalidad de separar programaciones (AM de FM) y ampliar la cobertura de la señal.

Entre 1991 y 1993 se adquirió un nuevo equipo transmisor de FM, se construyó una cabina para separar AM de FM y los discos compactos comenzaron a llegar a la estación.

El 14 de junio de 1992 se puso en funcionamiento un nuevo transmisor de FM con una potencia de 35,000 watts en la planta del Ajusco.

El mismo día, pero de 1994, fue inaugurado el nuevo equipo de la planta de Ticomán. Se trató de un transmisor de 50,000 watts, una antena de transmisión, equipo de enlace y procesamiento de audio. Para noviembre, los estudios de transmisión y grabación de Adolfo Prieto también contaron con nuevos recursos técnicos lo que significó una mejoría en la calidad del sonido.

Por otra parte, en la planta del Ajusco se instaló una nueva antena de transmisión, razón por la cual se amplió la cobertura de la FM, así como su potencia. Esto ocurrió en 1995.

Hacia 1996, la recepción vía satélite se hizo posible gracias a la instalación de una nueva antena, capaz de captar las señales de Francia, Inglaterra y Holanda. Un año después, la emisora ingresó a la World Wide Web. Las señales de AM y FM son codificadas desde las cabinas de transmisión y se envían a la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico (DGSCA).

Por último, en julio de 2001 la FM estrenó transmisor y su potencia se elevó a 100,000 watts.

Es así como puede sintonizarse a Radio UNAM en las siguientes frecuencias:

XEYU 9,600 KHz	Onda Corta. Banda Internacional de 31 metros
XEUN 860 KHz	Amplitud Modulada
XEUNFM 96.1 MHz	Frecuencia Modulada Estereofónica

¹⁰⁰ Entrevista con Manuel Estrada, subdirector de Producción de Radio UNAM, enero de 2001.

En la dirección de Internet,

<http://www.unam.mx/radiounam/>

Y en la red Edusat,

CANAL 114

José Carmen Ramírez, jefe del Departamento de Ingeniería de Radio UNAM, informó que una de las señales de la estación universitaria, ya sea la de AM o FM, se integra a la red Edusat en el canal 114 por el convenio celebrado entre el Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico y la Dirección General de Radio UNAM.

De la potencia, longitud de onda y ancho de banda del canal de la Onda Corta, AM y FM, Gustavo Carreño, subdirector del departamento de Ingeniería, proporcionó los siguientes datos:

FRECUENCIA	POTENCIA DIURNA	POTENCIA NOCTURNA	LONGITUD DE ONDA	ANCHO DE BANDA DE CANAL
Onda Corta	1,000 watts	250 watts	31.25 metros	10,000 hertz
Amplitud Modulada	49,000 watts	10,000 watts	348 metros	10,000 hertz
Frecuencia Modulada Estereofónica	150,000 watts	150,000 watts	3.12 metros	150,000 hertz

Así, la Onda Corta cubre el continente americano y alcanza algunos países de Europa o Asia, de acuerdo con las condiciones de la ionósfera, comentó Ramírez.

La Amplitud Modulada, por su parte, emite su señal a 300 kilómetros a la redonda "efectivos", por lo que puede ser escuchada en el Distrito Federal, Estado de México, Tlaxcala, Puebla, Morelos, San Luis Potosí, Hidalgo, Querétaro y parte de Guerrero, Michoacán, Guanajuato y Veracruz.

La Frecuencia Modulada Estereofónica radia sus ondas sobre el Distrito Federal y su zona conurbada.

Actualmente, el equipo transmisor de la Onda Corta y la Amplitud Modulada se localiza en Ticomán, y el de la Frecuencia Modulada en Ajusco.

3.2 Organización.

3.2.1 Preceptos universitarios y objetivos.

Los temas políticos, económicos o deportivos son muy recurrentes en la radio, no así la investigación y la docencia practicadas dentro de las instituciones educativas.

Don Alejandro Gómez, con la plena convicción de llevar el conocimiento más allá del campus universitario, quiso hacer de la radio el instrumento por el cual la voz de los académicos e investigadores llegara hasta las personas que no tuvieran acceso a las aulas.

Así pues, la difusión de la cultura, la investigación y la docencia, además de ser preceptos universitarios, se convirtieron poco a poco en los objetivos sobre los que descansó la programación radiofónica de la emisora de la Máxima Casa de Estudios, quizás más por intuición que por pleno conocimiento de los mismos. "A lo mejor por chispas o porque efectivamente le apuestas a estos tres preceptos es que orientas tu proyecto", confesó Manuel Estrada.¹⁰¹

Sea como sea, y de acuerdo a como se ven reflejados en los contenidos de las transmisiones, Estrada apuntó que los objetivos de la radiodifusora se colocan en el siguiente orden de importancia: difusión y extensión de la cultura, docencia e investigación.

Como consecuencia natural de dichos objetivos y/o preceptos se hacen presentes también la información, la promoción y el análisis de lo que ocurre dentro de la Universidad y fuera de ella.

Quien también ofrece su punto de vista acerca de cuál o cuáles son los objetivos de la estación radiofónica universitaria es Felipe López Veneroni, director de la misma en 1997:

<<El objetivo de Radio UNAM es...otorgar a la comunidad universitaria un espacio que le permita expresar la pluralidad de su discurso y dar a conocer la riqueza musical, intelectual, científica y creativa que se está gestando en el País^[sic] y, "de manera muy especial", en las aulas, laboratorios y talleres de la Universidad>>.¹⁰²

Finalmente, en la página de Internet de la emisora se puede leer que:

Los objetivos de Radio UNAM son:

- Servir de vínculo y enlace entre los universitarios y con la sociedad en general.
- Participar en las tareas de extensión de la cultura y el quehacer universitarios.
- Investigar nuevos métodos de producción radiofónica y, a través de éstos, experimentar formas diversas de expresión y difusión didáctica y cultural.¹⁰³

¹⁰¹ *Idem.*

¹⁰² Miryam Audiffred, "Seis décadas en el cuadrante", *Reforma*, Sección Cultura, 20 de junio de 1997, p.2

¹⁰³ Radio UNAM: <http://www.unam.mx/radiounam>

3.2.2 Funciones.

Aunado a lo anterior, la emisora universitaria desempeña las siguientes funciones:

- 1º. Diseñar y producir la programación y servicios de Radio Universidad de acuerdo con los objetivos de la emisora;
- 2º. Transmitir la programación en los horarios y forma que se establezca, de conformidad con la naturaleza de cada una de las tres frecuencias con que cuenta Radio Universidad (A.M., F.M., Onda Corta);
- 3º. Desarrollar el sistema de control remoto y de producción en vivo;
- 4º. Desarrollar el sistema de enlaces regionales y nacionales;
- 5º. Procurar los medios que posibiliten una cobertura radiofónica nacional e internacional;
- 6º. Establecer el sistema de transcripciones magnetofónicas e impresas de materiales radiofónicos, con el objeto de facilitar su acceso a emisoras afines, instituciones culturales y público interesado;
- 7º. Desarrollar el sistema de coproducción radiofónica con las diversas dependencias de la UNAM;
- 8º. Promover y publicar los programas y servicios de Radio Universidad a través de folletos, revistas, carteleras, boletines de prensa y otros medios idóneos;
- 9º. Conservar y clasificar el acervo magnetofónico, discográfico e impreso de la emisora;
- 10º. Ofrecer al público universitario y general los servicios de la fonoteca, discoteca y librería "Augusto Novaro";
- 11º. Experimentar nuevas formas radiofónicas acordes con los objetivos de la emisora..¹⁰⁴

3.2.3 Estructura.

Radio Universidad cuenta con una plantilla laboral calculada en 140 empleados, incluyendo al personal que trabaja en las plantas de transmisión.

De esas 140 personas, alrededor de 80 o 90 están contratadas para realizar actividades administrativas y el resto recibe un pago por honorarios, es decir, son colaboradores externos. En este grupo se encuentran productores y gente de confianza.

Esto significa que la radiodifusora está devengando poco más del 50% de su presupuesto anual en el pago a personas que no tienen ninguna relación con la elaboración de contenidos, por lo que sin temor a equivocarnos, Radio UNAM "es una emisora que bien podría funcionar con 50 ó 60 personas todas bien pagadas", expresó Estrada..¹⁰⁵

¹⁰⁴ Primera Reunión Internacional de Radiodifusoras Universitarias, Culturales y Educativas (RIRUCE), pp. 62 y 63.

¹⁰⁵ Entrevista con Manuel Estrada, subdirector de Producción de Radio UNAM, enero de 2001.

Entre las 80 y 90 personas sindicalizadas está el personal administrativo y el de intendencia. Todas ellas son "una carga terrible para la emisora".¹⁰⁶

El personal se encuentra distribuido en un organigrama descrito por Estrada de la siguiente manera:

A la cabeza está la Dirección de Radio UNAM, después vienen cuatro subdirecciones. En este momento es la Subdirección de Producción, Subdirección de Ingeniería, Subdirección de Información y la Subdirección de Planeación. Debajo de la Subdirección de Producción está el Departamento de Producción y el Departamento de Grabaciones. Debajo de la Subdirección de Ingeniería están las Plantas de Transmisión que son las del Ajusco FM y la de Ticomán AM, así como el Departamento de Transmisión mismo, es decir, las cabinas. Abajo de la Subdirección de Información está el Departamento de Información y el área de Cómputo y Sistemas. Debajo de la Subdirección de Planeación está el Departamento de Discoteca y el Departamento de Fonoteca. Acaban de hacer una nueva Subdirección de Servicios Culturales que se encarga de atender tanto la información interna como la externa, además de coordinar las actividades de la Sala Julián Carrillo. Finalmente, tenemos a la Unidad Administrativa.¹⁰⁷ **Anexo 10.**

La Coordinación de Difusión Cultural de la UNAM, instancia de la que depende económicamente la estación radiofónica, se encarga de designar al director general de aquella. A la postre suman ya 20 directores en la historia de Radio Universidad Nacional, habiendo ocupado en dos ocasiones el puesto Fernando Curiel y Fernando Escalante. Éste último es el actual dirigente. **Anexo 11.**

El director general, a su vez, tiene toda la libertad de elegir a los colaboradores que le acompañarán en los mandos medios o subdirecciones y jefaturas. **Anexo 12.**

La radio universitaria ha estado integrada a Difusión Cultural, a la Coordinación de Extensión Universitaria y a la Coordinación de Comunicación Universitaria. La historia es como sigue:

En 1963 la radiodifusora obtuvo

"(...) la denominación de Servicios Coordinados de Radio, Televisión y Grabaciones bajo la dependencia de la Dirección General de Difusión Cultural. De la sección de Radio dependen las siguientes oficinas: Oficina de Programación, Discoteca, Fonoteca, Oficina de Producción, de Grabación (con tres cabinas), Oficina de Continuidad (con estudios de transmisión), Oficinas Técnicas, Planta Transmisora y una Oficina Administrativa encargada de todos los servicios."¹⁰⁸

En 1966, se convirtió en Departamento de Radio de la Dirección General de Difusión Cultural y hacia 1978 la emisora cambió su estructura administrativa y su denominación a Dirección de Radio UNAM razón por la cual se adscribió a la Coordinación de Extensión Universitaria.

¹⁰⁶ *Idem.*

¹⁰⁷ *Idem.*

¹⁰⁸ *Cronología Técnica de Radio UNAM 1937-1997*, Documento inédito.

Para 1987, vuelve a ocurrir otro cambio. En esta ocasión, formó parte de la Coordinación de Comunicación Universitaria. Cuando estuvo adjunta a este último organismo, la radiodifusora sufrió una transformación sumamente significativa: "de la voz de sus universitarios pasó a ser un órgano oficial de la Universidad, y se convirtió también en una instancia más de esta gran burocracia universitaria y empieza a perder el objetivo, los valores y también las metas por las que se fundó..."¹⁰⁹

Posteriormente y hasta la fecha la estación volvió a formar parte de Difusión Cultural.

3.2.4 Ingresos.

Además de obtener recursos económicos de Difusión Cultural, que a su vez recibe un presupuesto de la Rectoría y ésta del Estado, Radio UNAM tiene la opción de realizar programas bajo patrocinio o coproducción.

La coproducción funciona así: se firma un convenio por un año o 52 programas de 58 minutos cada uno. Radio UNAM se compromete a cubrir los gastos de tiempo de estudio y de materiales de copiado. La otra parte está obligada a pagar los honorarios del productor, el musicalizador, el guionista, el investigador, los locutores y además se asigna una partida por transmisión a la emisora. Al final, cada participante aporta alrededor del 50%.

El patrocinio es un tanto diferente. Del total del patrocinio, sólo el 60% se queda en la emisora para cubrir todos los costos de producción. El 40% restante se destina al patronato universitario.

En coproducción se encuentran representadas en la carta programática la mayor parte de las dependencias de la UNAM, y en patrocinio, el gobierno del Distrito Federal tuvo reservado un espacio en enero de 2001 con el programa *Ciudad abierta*, por ejemplo.

3.3 Programación.

3.3.1 Un breve recorrido.

Hasta antes de los años 60, las referencias a la programación de Radio Universidad Nacional son muy parcas. Todas ellas se limitan a mencionar la existencia de las lecturas de poemas, las cátedras de profesores y los breves noticiarios, pero nada más.

Así que el encontrar un anuario con la carta programática y la descripción de los programas que se transmitieron a lo largo de 1962 fue algo verdaderamente grato.

¹⁰⁹ Entrevista con Manuel Estrada, subdirector de Producción de Radio UNAM, enero de 2001.

En la presentación del anuario se dice lo siguiente:

Hace 25 años que la Universidad Nacional intenta llevar a los más oídos posibles, enseñanzas y diversiones notables, amoldándose a sus limitados medios. El propósito ha sido formar un público que sepa preferir Mozart a la cursilería; Chejov a los vodeviles; los últimos adelantos de la ciencia a noticias sin importancia. Por otro lado, a enseñar elementalmente idiomas, literatura, historia; a conocer los mejores poetas de nuestro tiempo, a señalar los mejores caminos de las Bellas Artes.

Radio Universidad produce un término medio de 130 programas musicales a la semana y 110 programas hablados. Los programas musicales semanales suman 85 horas; los hablados, 31 horas..¹¹⁰

A continuación se ofrece un listado de los programas hablados y musicales que se emitieron en 1962.

PROGRAMAS HABLADOS

Entre libros.
Actualidades Universitarias.
Literatura hispanoamericana.
La ciudad y la cultura.
Conferencias.
Programas homenaje.
Literatura mexicana.
Panorama universal de la cultura.
Actualidades filosóficas.
Universidad Radiofónica Internacional.
Radio Universidad en el mundo.
La magia en el tiempo.
Actualidades teatrales.
Mi trato con artistas.
Nuestra Universidad.
La hora de los niños.
Palabras cruzadas.
La prensa en el mundo.
Temas de filosofía.
Literatura argentina.
México y su arte.
El Colegio Nacional.
Lectura del presente.
Actualidades cinematográficas.
Literatura norteamericana.
Poetas de nuestro tiempo.
Actualidades científicas.
Temas de psicología.
Literatura española.
Comentarios europeos.
Teatro estudiantil de la Universidad.
Temas de nuestro tiempo.
Las dos ciudades.
Temas médicos.
La Casa del Lago.
Crítica de las artes plásticas.
Mensaje preparatoriano.
Visión de la economía mundial.
Temas de antropología.
La marcha del mundo.
El cine y la crítica.

¹¹⁰ Radio Universidad: Anuario, p. 1.

El mundo de los timbres.

•

Programas en colaboración con la UNESCO, la Unión Panamericana y los Servicios Culturales de todos los países.

•

PROGRAMAS MUSICALES

Nuevas audiciones.
Concierto de medianoche.
Panorama de jazz.
Concierto de media noche.
La ópera y sus grandes intérpretes.
Los compositores hablan de música.
Folklore musical iberoamericano.
Jazz en la cultura.
Cantan los pueblos del mundo.
Folklore mexicano.
Los coros del mundo.
Las cuerdas rasgadas y punteadas.

•

Añádanse cursillos, charlas o conferencias de las personalidades más destacadas de paso por México.¹¹¹

En los años que sucedieron a 1962, se procuró contar con una memoria más fidedigna de cuanto se emitía por las frecuencias de Radio UNAM. Fue así como se imprimieron otros anuarios, y en 1987, aprovechando la inauguración oficial de la Fonoteca Alejandro Gómez Arias, se editó el Catálogo de dicho acervo del cual se extrajo el siguiente comentario:

Durante los actos conmemorativos del Quincuagésimo Aniversario de la fundación de Radio UNAM se inauguró la Fonoteca Alejandro Gómez Arias, como un reconocimiento al líder de la Autonomía Universitaria y primer Director de la emisora...

Nuestro ^[sic] fonoteca custodia un acervo de treinta y dos mil cintas en las que se encuentra el testimonio cultural ^[sic] de nuestra institución y de algunos episodios importantes que forman parte de la historia del México contemporáneo.¹¹²

Con base en el mencionado catálogo, se percibe que en 1972 nacieron programas como: *El rincón de los niños*, *Ritmos en el folclor mexicano*, *Compositores e intérpretes en América Latina*, *Grabaciones recientes en Radio Universidad y Panorámica de la música contemporánea americana*.

De igual forma, y de acuerdo con el mismo catálogo, surgieron en 1982: *Canto nuevo*, *Periodismo musical*, *En la ciencia*, *Academia médica*, *Música de las islas británicas*, *Al pie de la letra*, *Ulises recorre México*, *Piratas y esclavistas*, *Germán de Campo*, *Música en Imágenes*, *Aportaciones universitarias*, *Análisis político*, *Los pioneros del jazz*, *El nacionalismo en la música de América Latina*, *Un momento para la música*, *Consideraciones*, *Semblanzas*, *Los elementos de la música*, *Foro de música nueva*, *Los compositores y sus estilos*, *Los innovadores*, *La música y la voz humana*, *La música*

¹¹¹ *Ibid.*, pp.3 y 4.

¹¹² Radio UNAM, *Catálogo de la Fonoteca Alejandro Gómez Arias*, p.1.

instrumental y su significación humana, La mujer de arena (Radioteatro), Tropa vieja (Radioteatro), Las hijas de Rebeca (Radioteatro), Tramonta y La Política internacional de Álvaro Obregón (cursos monográficos).

Para saber de los programas difundidos en 1992, se tuvo que recurrir a un documento interno de la Fonoteca. En éste se constató la transmisión de:

*La llave, la clave, la nave...del tiempo, Pensamientos e ideas de hoy, A la vuelta de la esquina, Atrás de la raya, Acuerdo trilateral de libre comercio México-Canadá-EEUU, Filosofía contemporánea, Poesía de fin de siglo, Hacia una nueva música, Cuba entre nosotros, Rumbo al museo, Antología poética, El fantasma de la máquina, Palabras sin reposo, Comunicación radiofónica universitaria, Palabras vivas, Las Ondas del Chopo, Música en Imágenes, En la línea de la ciencia, Notas sobre notas, Las relaciones internacionales de México, Otro ladrillo sobre la pared, Y tú...¿qué traes?, El blues inmortal, Mezclas y precipitados, Interacción académica, Galería Universitaria, El rincón de los niños, Del tingo al tango, Con tantita ciencia, Entre pies y pieza, Cien años de tango, La dicha incua, Ofunam, Radio teatro, Palabras sin reposo, La guitarra en el mundo, Argumentos, Diálogo Jurídico, Por el sendero de los libros, Acústica de buena tinta, Poesía para el insomnio, Mundo de metal, Ingeniería en marcha, Ton y son, En la ciencia, Filosofía contemporánea, Consultorio fiscal, Vasos comunicantes, entre otros.*¹¹³

Entre la programación de 1992 y la de 2001 hay nueve años de diferencia, ¿será posible encontrar modificaciones?

3.3.2 Oferta programática en enero de 2001.

Si tan sólo por curiosidad se sintoniza cualquiera de las frecuencias de la UNAM, se encontrará que la programación de la emisora cabe en los siguientes rubros: reflexión y análisis; divulgación de la cultura y del conocimiento; servicio y orientación.

Plaza Pública y Momento Económico son ejemplos en los que prevalece la reflexión y el análisis. *Las Ondas del Chopo* al igual que *La ciencia desde México* corresponden a la divulgación de la cultura y el conocimiento y; *Consultoría Fiscal Universitaria* e *Ingeniería en Marcha* al servicio y la orientación.

Todos los programas referidos son hablados, pero la gran mayoría de los espacios de la radiodifusora de la UNAM pertenecen a emisiones de música clásica, culta o selecta, aunque también se da cabida al jazz, al tango, al blues, al rock, entre otros.

En el **Anexo 13** puede corroborarse lo anterior, así como el hecho de que es la Amplitud Modulada la que da cabida a casi todos los programas donde se privilegia a la palabra.

¹¹³ Catálogo de la Fonoteca de Radio UNAM 1992, Documento inédito.

Cabe destacar que las emisiones habladas como *Plaza Pública* y *Espacio Universitario* se transmiten en las tres frecuencias "por contar con mayor audiencia", anotó Estrada.¹¹⁴

Respecto a las características de los espacios no musicales, en éstos sobresale la mesa redonda y cuando se necesita un descanso (porque hay que recordar la inexistencia de comerciales) se manda a corte musical. Si hay suerte, en lugar de música se transmite alguna cápsula informativa o un testimonio, quizás un reportaje si es que ese es un muy buen día. Los ejemplos sobran.

Debe decirse: los programas "carecen de creatividad, se rigen por la ley del menor esfuerzo, son caducos y no corresponden a la realidad y a las necesidades de la población, sobre todo de la universitaria", manifestó Estrada.¹¹⁵

Por supuesto, existen excepciones, entre otras: *Se Regala Cascajo* producido por Juan Guerrero y los programas que se transmiten el último lunes de cada mes, cuya elaboración corre a cargo del Departamento de Producción y sus cuatro coordinaciones, a saber: Divulgación Científica, Radio Arte, Periodismo Cultural y Literatura (enero de 2001).

De lado de las transmisiones musicales también pueden encontrarse interesantes aportaciones. Tal es el caso del programa dedicado a las seis cuerdas y que, justamente en diciembre de 2001, cumplió 30 años de vida: *La Guitarra en el Mundo* del maestro Juan Helguera.

En lo referente a programas infantiles, en el **Anexo 14** (programación de AM y FM en agosto de 1998) pueden localizarse: *Entre Pies y Pieza*, *Niños que Encontraron un Autor*, *Con Tantita Ciencia*, *Del Tingo al Tango*, *Sube y Baja* y *Hola Luis*. De todos ellos, sólo sobreviven los dos últimos y se les suman *Trovando para los niños*, *Música Infantil* y *Espacio de música para niños* (enero de 2001).

Por otra parte, si se compara el **Anexo 14** con el número **13** se notará que en un par de años la carta programática no ha variado sustancialmente.

La diferencia más evidente se tuvo en 1999 cuando se integró a la programación una barra para jóvenes conformada por *Urbe Sonora*, *Otra Noche*, *Apocalipsis* y *X Radio*. La barra desapareció en noviembre del 2000. "Realmente no sabemos hasta este momento cuál ha sido la repercusión y cuál ha sido la importancia de abrir un espacio para jóvenes porque no lo pudimos medir... nos fue muy poco el tiempo"..¹¹⁶

Los motivos que refirió Estrada para justificar el que la barra juvenil se suprimiera de la programación son: "desvió sus objetivos y su perfil; comenzaron a ser programas

¹¹⁴ Entrevista con Manuel Estrada, subdirector de Producción de Radio UNAM, enero de 2001.

¹¹⁵ *Idem*.

¹¹⁶ *Idem*.

monótonos en su estructura y producción; nunca llegaron a la experimentación radiofónica y mucho menos a los jóvenes. Dejaron que la inercia del trabajo se los fuera comiendo. Y en el peor de los casos, era una repetición de la radio comercial".¹¹⁷

A lo anterior, se agrega "la falta de apoyo de la Dirección General para integrar a los jóvenes universitarios con la emisora", así como "el rechazo inmediato por parte de la burocracia sindical hacia el tema de los jóvenes y el que éstos pudieran acceder a la producción de los programas, ya que ello significaba una ruptura de los esquemas".¹¹⁸

A pesar de todo, "el gran logro de la barra fue que por primera vez en la emisora se abrió el tema de los jóvenes en la programación", enfatizó Estrada.¹¹⁹

Para concluir este apartado, han de mencionarse las instituciones oficiales y de representación política y social que cuentan con un espacio en la carta programática de Radio UNAM correspondiente a enero de 2001: la Comisión Nacional de Derechos Humanos (*Argumentos*), el Instituto Federal Electoral (*Voces de la democracia*), el gobierno del Distrito Federal (*Ciudad abierta*), el Archivo General de la Nación (*Temas de nuestra historia*) y el Instituto Matías Romero de Estudios Diplomáticos (*Las relaciones internacionales de México*), entre otras.

Asimismo, destacan los programas de radiodifusoras y organismos internacionales como: la BBC de Londres (*Enfoque*); Radio Francia Internacional (*Noticiero de Radio Francia Internacional*) y Fondo de Naciones Unidas para la Protección a la Infancia, UNICEF (*¡Hola, Luis!*).

3.3.2.1 División de frecuencias, horarios, y clasificación de programas.

Algo aún no mencionado es lo referente a los tiempos de transmisión, la unión de las tres frecuencias en horarios determinados y la similitud de contenidos de la Onda Corta y la Amplitud Modulada.

La señal de Radio UNAM puede captarse durante 18 horas al día, es decir, de las 7:00 am a la 1:00 am del siguiente día. El *Concertino* para órgano y orquesta de Miguel Bernal Jiménez abre y cierra las transmisiones de la estación.

Los programas que se escuchan a través de la Amplitud Modulada son los mismos de la Onda Corta, de ahí la necesidad de darle una personalidad propia a la segunda. Y en cuanto a la unión de frecuencias, ésta tiene lugar de las 6:55 hrs. a las 9:30 hrs de martes a viernes, pues el lunes se comparte la programación hasta las 10:30 hrs.

¹¹⁷ *Idem.*

¹¹⁸ *Idem.*

¹¹⁹ *Idem.*

Luego, de las 15:00 hrs. a las 15:30 hrs. vuelven a ligarse las frecuencias y lo mismo ocurre de las 20:00 hrs. a la 1:00 hrs. de lunes a viernes.

En cuanto al fin de semana, el día sábado se comparte programación de las 7:00 hrs. a las 12:00 hrs, de las 13:00 hrs a las 14:00 hrs. y de ahí hasta el término de la emisión vuelven a enlazarse las frecuencias, esto es, hasta la 1:00 am.

El domingo el panorama luce así: de las 7:00 hrs. a las 14:30 hrs. permanecen encadenadas las frecuencias, de las 14:30 hasta poco antes de la 1:00 de la mañana se separan y para cerrar la transmisión diaria vuelven a ligarse.

Todo ello da como resultado lo siguiente: los lunes se unifica la programación durante 9 horas; de martes a viernes 8 horas; los sábados 6 horas y, los domingos, 7 horas 30 min. aproximadamente. Esto da un total de 30 horas 30 minutos de programación compartida entre AM y FM.¹²⁰

Ahora, si el tiempo de transmisión a la semana equivale a 126 horas por frecuencia y se habla de que la programación es una para AM y FM en 24.20% ¿no se estará desperdiciando 24.20% de tiempo de transmisión de una de las dos frecuencias?

El director de Radio UNAM, Fernando Escalante Sobrino, respondió: "Yo creo que no. Hay público para AM y hay público para FM en este país y no hay ningún joven que escuche AM, no los hay. Los jóvenes escuchan FM, los viejos escuchan AM, entonces no estamos desperdiciando aunque estés *dobleteando* una señal. Tienes un público de AM y uno de FM..."¹²¹

No obstante, "el asunto es que, idealmente, yo sí creo que debemos tener una programación de AM y una de FM, entonces la división no sé si es entre jóvenes y adultos. Esa es una discusión del Consejo, o sea, nosotros ponemos los elementos: saben qué, no hay ningún joven que escuche AM. Ese es un dato que un Consejo debe saber para decidir qué programación va en cada frecuencia. Es un dato clave".¹²²

Por último, se presenta un cuadro -elaborado con la ayuda de Enrique Pacheco, continuista de la estación- en el cual se realiza una división entre programas hablados y musicales. Las emisiones que resultan de la combinación de ambos se ubicaron dentro de los programas musicales por predominar, precisamente, la música.

¹²⁰ Estos datos fueron tomados del Anexo 5, carta programática de AM y FM correspondiente al mes de enero de 2001.

¹²¹ Entrevista con Fernando Escalante Sobrino, director de Radio UNAM, marzo de 2001.

¹²² *Idem*.

FRECUENCIA	PROGRAMAS HABLADOS (MIN)	PROGRAMAS MUSICALES (MIN)	TIEMPO TOTAL DE TRANSMISIÓN (MIN)	EQUIVALENCIA EN HORAS
AM	3,533 (46.82%)	4,027 (53.17%)	7,560	126 (100%)
FM	5,803 (76.98%)	1,757 (23.01%)	7,560	126 (100%)

NOTA: Hasta enero de 2001, el lunes último de cada mes de 21:30 hrs. a 22:30 hrs. se transmite un programa especial a cargo del Departamento de Producción, por lo que el tiempo total dedicado a programas musicales disminuye 60 minutos en ambas frecuencias.

3.4 Sus números.

3.4.1 El rating.

Uno de los programas cuyo titular atrae audiencia a Radio UNAM es *Plaza Pública*. Miguel Ángel Granados Chapa y su equipo preparan una emisión diaria de una hora en la que tocan temas diversos, principalmente, aquellos relacionados con la política y la cultura de nuestro país como lo dice su rúbrica.

Se dijo que Plaza Pública eleva el rating de Radio UNAM porque "casualmente cuando más se escucha la emisora es en la mañana, empieza a caer por la tarde y retoma nuevamente hasta las ocho, nueve de la noche. Pero realmente su nivel de audiencia, el máximo, es en la mañana y si revisas la programación te darás cuenta de que, evidentemente, es por Miguel Ángel Granados Chapa".¹²³

De acuerdo con Estrada, el número de radioescuchas de la radio universitaria es de 300 mil y hasta el 2000, según datos del Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística (IBOPE) "no llegábamos ni a un punto, pero tampoco estábamos en la última posición del rating".¹²⁴

Para Estrada el rating no es un asunto que merezca siquiera discutirse cuando se alude a la radio universitaria porque "de entrada, sabemos que estamos muertos y que no vamos a alcanzar, si el punto máximo del rating es cuatro, sabemos que no vamos a alcanzar siquiera el punto cinco... el origen es que hay una lucha titánica de 56 emisoras comerciales contra dos culturales".¹²⁵

Y va más allá:

¹²³ Entrevista con Manuel Estrada, subdirector de Producción de Radio UNAM, enero de 2001.

¹²⁴ *Idem.*

¹²⁵ *Idem.*

Otra cosa sería si la Ley Federal de Radio y Televisión y la Constitución permitieran y tipificaran no sólo a las radios culturales, sino también a las radios comunitarias y si en el mapa de la radiofonía del Distrito Federal, nada más como un ejemplo, existieran 29 emisoras comerciales y 29 emisoras culturales ahí sí yo abriría la discusión de la medición del rating como condición para que una radio universitaria y cultural tuviera todavía permanencia. Es muy desigual la lucha, es decir, nunca va a ser comparable hasta que no veamos un país nuevo con una nueva Ley Federal de Radio y Televisión, con una mayor apertura hacia otros medios de comunicación, donde haya un equilibrio real y una gestión real del Estado porque los medios dediquen gran parte de su programación a la educación y a la difusión de la cultura.¹²⁶

Todo lo anterior no quiere decir que a Radio UNAM no le importe si la escuchan o no, la intención es puntualizar la diferencia de parámetros para medir el éxito o fracaso de una emisora con perfil comunitario.

Muestra del interés que tiene la estación por conocer a su auditorio radica en la captura, por parte del personal de la radiodifusora universitaria, del nombre, la dirección, la edad y la ocupación de quienes llaman a las cabinas de transmisión para hacer sus comentarios.

En su mayoría, quienes sintonizan las frecuencias de Radio Universidad Nacional son personas de la UNAM con más de 25 años de edad y un nivel mínimo de estudios de licenciatura. También se encuentran entre el auditorio académicos e investigadores de la misma Institución.

Con los telefonemas no sólo se conoce a los escuchas de la emisora, también se mide el rating de cada programa. De acuerdo con los criterios de la estación, la transmisión con mayor número de llamadas es la de mayor rating (se tiene como máximo 100 llamadas en una hora).

Lo verdaderamente preocupante es que "es muy poca la población estudiantil que nos sintoniza, digo, estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación no conocen a su emisora cuando están terminando la carrera, eso me parece muy grave".¹²⁷

Desafortunadamente, no es posible disentir de este último comentario, y lo que es más, surge una nueva interrogante ¿en qué medida se cumplen las funciones de educación, entretenimiento e información en esta emisora? Estrada respondió:

"(...) pocos directivos lo han analizado, yo mismo no me he puesto a analizar en qué porcentaje la emisora cumple o no con estos tres papeles fundamentales de un medio de comunicación".¹²⁸

Asimismo, señaló: "a Radio [UNAM] se le ha criticado mucho por este papel de querer ser el educador de la población estudiantil, por ejemplo, y no lo ha logrado...poco centramos nuestra atención en entretener".¹²⁹

¹²⁶ *Idem.*

¹²⁷ *Idem.*

¹²⁸ *Idem.*

Pese a lo anterior, el Subdirector de Producción destacó la constante búsqueda de la difusión de la cultura por parte de los colaboradores de la emisora.

3.4.2 Los acervos.

Al haber hecho un recuento de los momentos significativos de Radio UNAM, así como de su programación es posible percatarse de que es una emisora con una gran riqueza.

Por sus micrófonos han desfilado destacadas figuras y ha sido partícipe de numerosos hechos históricos. Sobran los testimonios de ello en la fonoteca Alejandro Gómez Arias, la cual -en más de una ocasión- ha sido llamada "biblioteca de voces".

Y con toda razón, porque hasta enero de 2001 y de acuerdo con la entonces jefa de la Fonoteca, Pilar Rojas, el acervo cuenta con alrededor de 90 mil piezas entre las que se incluyen cintas de carrete abierto, cassettes y DAT's. Asimismo, ya se está incursionando en el guardado en discos compactos (hasta el primer mes de 2001 sólo existe un material de esta índole).

Seguramente habría más de todos estos materiales de haberse grabado la programación de 21 años. ¿Por qué no se hizo? Porque, en los inicios de Radio UNAM, no existía la cinta magnetofónica y cuando se empezó a utilizar, la emisora no podía darse el lujo de gastar su limitado presupuesto en ellas.

No obstante, es una lástima que el material que sí pudo recopilarse ahora esté a punto de perderse por descuido y falta de mantenimiento.

La fonoteca -"que es un caos" y donde el 40% del material presenta un deterioro, cuyo grado amenaza la prolongación de su conservación- no ha tenido la atención que exige el invaluable acervo, valioso por su contenido y antigüedad: "hay cintas que ya no ponemos porque se están desbaratando", sobre todo las que corresponden a los años cincuenta y al primer lustro de los sesenta...¹³⁰

Tal descripción corresponde a 1997 y a casi cuatro años de distancia las diferencias no son muchas, excepto porque durante la gestión de Malena Mijares como directora de la emisora se empezó a acomodar el material en muebles comprados para ese propósito.

Así, pues, la fonoteca resguarda -bien o mal- materiales invaluable como la entrevista al astronauta Yuri Gagarin, las palabras de Fidel Castro, el Che Guevara o de Salvador Allende antes de ser asesinado. Incluso existen registros del escritor Jorge Ibarguengoitia quien no permitía que se le grabara.

¹²⁹ *Idem.*

¹³⁰ Angélica Valenzuela, "Radio UNAM cumple 60 años al aire", *El Universal*, Sección Cultural, 14 de junio de 1997, p.1

Por otro lado, la discoteca *Joaquín Gutiérrez Heras* tiene en su interior 5 mil 500 discos compactos, 15 mil discos LP no catalogados, 70 cassettes, 8 minidiscos, 200 materiales fonográficos (incluyen discos LP, cassettes y discos compactos de la colección *Voz Viva de México*) y, 2 mil cintas de carrete abierto que contienen la música de los acetatos, a manera de copia.

Conviene indicar que todos estos datos son aproximados y fueron proporcionados por Yolanda Medina, jefa del Departamento de Discoteca. Asimismo, y como era de esperarse, la mayoría de los materiales son de música clásica y todos se ocupan para elaborar la programación diaria de las frecuencias.

3.5 Proyectos.

3.5.1 Una nueva filosofía.

Fernando Escalante Sobrino, quien actualmente dirige Radio Universidad Nacional, fue contundente al hablar acerca de su plan de trabajo: "no regreso a cambiar programas, ya lo hice y no sirvió para nada, yo regreso a dar una refundación, y si no, me voy".¹³¹

Para Escalante, ésta es ya su segunda vez al frente de la emisora, y a una década de distancia, él no percibe cambio alguno en Radio UNAM.

En la primera experiencia [1991-1993] metimos una serie de barras programáticas, tratamos de modificar la programación y ahora que regreso, casi 10 años después, me doy cuenta de que eso fue un intento que no era suficientemente correcto, sí tuvo su momento, pero no era correcto porque me encuentro a Radio Universidad igual, con los mismos cambios que nosotros hicimos hace casi 10 años. Y esas barras que pusimos ya se hicieron viejas, ya se anquilosaron, son programas que parecieran inamovibles.¹³²

Ante esa situación, Escalante cree conveniente realizar una modificación más profunda: la creación de una *nueva filosofía* -como él la llama- sobre la cual se fundamente toda la actividad radiofónica.

Lo que vamos a buscar es trabajar sobre los fundamentos de Radio Universidad de 1937, lo que es su acta constitutiva, por qué nació, cuáles son sus principios básicos, los de Gómez Arias.

Queremos juntar a un Consejo Consultivo que determine si esos principios son actuales, si son los del siglo XXI o si requieren modificaciones, cuáles modificaciones y llegar a un punto donde conformemos un nuevo perfil de lo que es Radio Universidad.

El proyecto se reduce a eso, por eso no hablo de programas, lo que estamos intentando es un cambio de raíz, de la base. Y ya que decidamos cuál es el perfil, para qué sirve Radio Universidad, entonces buscamos los programas adecuados para cumplir con ese perfil y eso nos lo va a dar un Consejo de intelectuales de renombre, universitarios de renombre.¹³³

¹³¹ Entrevista con Fernando Escalante Sobrino, director de Radio UNAM, marzo de 2001.

¹³² *Idem.*

¹³³ *Idem.*

Los primeros pasos ya se están dando. En la entrevista realizada al subdirector de Producción, éste comentó que se estaba elaborando un diagnóstico de los contenidos difundidos a través de las tres frecuencias de Radio Universidad Nacional.

El citado diagnóstico va a ser entregado al Consejo Consultivo, integrado por "especialistas de todas las manifestaciones artísticas" para que sean ellos, junto con el personal de la estación, quienes decidan los nuevos rumbos de la programación de Radio UNAM. "Se trata de contraponer, de exponer y de equilibrar los contenidos con las formas", recalcó Estrada.¹³⁴

Entre los requisitos para ser miembro del Consejo se encuentran: "que hayan trabajado en Radio Universidad, profesores distinguidos y/o intelectuales de la Universidad, profesores y autoridades que tengan programas en Radio Universidad y colaboradores de Radio Universidad".¹³⁵

¿Cómo se organizará el quehacer de la emisora? El Consejo Consultivo se reunirá una o dos veces al año para determinar los principios sobre los cuales deberá descansar el trabajo general de la radiodifusora.

Al interior de la estación se establecerán cuatro consejos encargados de ejecutar los lineamientos propuestos por el Consejo en el aspecto técnico y administrativo, así como en la programación hablada y musical.

La labor del director consistirá en servir de enlace entre el Consejo Consultivo y los consejos internos, y supervisar que las acciones de los segundos correspondan a los dictámenes del primero. Además, por supuesto, se encargará de conseguir los recursos necesarios y de promover los cambios requeridos.

Cabe anotar que la idea de instituir un Consejo Consultivo no es nueva, aunque los fines ni las formas son los mismos. <<En mayo de 1997, se instaló formalmente el Consejo de Programación de la emisora. "Éste", explicó el director [Felipe López Veneroni], "tendrá un carácter consultivo y permitirá una evaluación de la programación actual de la emisora, así como la inclusión de nuevos programas">>.¹³⁶

Al Consejo lo integraron "(...) el Dr. Mauricio Fortes (científico), los escritores Felipe Garrido, Pura López Colomé y David Olguín, el Dr. Jaime Litvak (ciencias sociales y humanidades), la especialista en medios Beatriz Solís y los musicólogos Juan Arturo Brennan y Fernando Álvarez del Castillo".¹³⁷

¹³⁴ Entrevista con Manuel Estrada, subdirector de Producción de Radio UNAM, enero de 2001.

¹³⁵ Entrevista con Fernando Escalante Sobrino, director de Radio UNAM, marzo de 2001.

¹³⁶ Miryam Audiffred, "Seis décadas en el cuadrante", Reforma, Sección Cultura, 20 de junio 1997, p. 2.

¹³⁷ Felipe López Veneroni, "60 años de Radio UNAM" en <http://morgan.uia.unam.mx/usr/phuman/148/COLUMNAS148/LOPEZ.html>

Sin embargo, puede encontrarse un antecedente aún más lejano en el tiempo y sin relación con la estación universitaria. El 23 de noviembre de 1978 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el *Acuerdo número 22*, por el que se establecieron las funciones de Radio Educación.

En el artículo 6º del mencionado Acuerdo, se indica que “Radio Educación contará con un Consejo Consultivo que será el cuerpo colegiado de coordinación que opinará sobre los programas y proyectos de la institución y servirá de enlace entre ésta y las dependencias y demás órganos de la Secretaría de Educación Pública que realicen actividades de radiodifusión cultural”..¹³⁸

En 1994, por el *Acuerdo número 203*, se modifica el diverso número 22 y el Consejo Consultivo de Radio Educación se convierte en Comisión Interna de Administración.

ARTÍCULO 6º. Radio Educación contará con una Comisión Interna de Administración, que será el cuerpo colegiado de coordinación, que autorizará los programas y proyectos de la institución, y fortalecerá la comunicación y coordinación entre ésta y las dependencias y demás órganos de la Secretaría de Educación Pública que realicen actividades culturales.

ARTÍCULO 7º. La Comisión Interna de Administración estará integrada por:

I. El Secretario de Educación Pública, quien la presidirá;

II. El Presidente del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, quien suplirá al Presidente en sus ausencias;

III. El Coordinador del Sector Paraestatal quien fungirá como Secretario Técnico;

IV. El Delegado de la Secretaría de la Contraloría General de la Federación ante la Secretaría;

V. Los servidores públicos de la Secretaría que expresamente convoque el titular del ramo;

VI. Los servidores públicos externos que expresamente invite el titular del ramo, y

VII. Un Prosecretario designado por el titular del órgano, quien apoyará al Secretario Técnico en el cumplimiento de sus funciones.

ARTÍCULO 8º. La Comisión se reunirá en sesiones ordinarias por lo menos cuatro veces al año y extraordinarias cuando las convoque su presidente.

ARTÍCULO 9º. Para que exista quórum en las sesiones deberá contarse con la asistencia mínima de la mitad más uno de sus miembros. Sus acuerdos se tomarán por mayoría de votos y en caso de empate el Presidente tendrá voto de calidad..¹³⁹

Así las cosas, será necesario esperar a que el Consejo Consultivo de Radio UNAM se instale para analizar su utilidad, diferencias y semejanzas con los ya referidos.

3.5.2 Redefinición de contenidos.

A partir de las tendencias marcadas por las dos últimas administraciones de la radiodifusora, Estrada prevé que una vez definidas las directrices a seguir por el Consejo Consultivo, la Amplitud Modulada continuará inclinándose por el formato hablado aunque sin abandonar totalmente los bloques musicales.

¹³⁸ Universidad Autónoma Metropolitana: <http://www.uam.mx/difusion/comcul/acuerdos/acuti50.html>

¹³⁹ Universidad Autónoma Metropolitana: <http://www.uam.mx/difusion/comcul/acuerdos/acuti5.html>

La Frecuencia Modulada también definirá su dirección. Aprovechando su calidad de sonido, contará "con una programación musical mucho más cuidada", lo cual significa una disminución de costos al ocuparse menos locutores.¹⁴⁰

Al referirse a la nueva programación con la que podría contar la FM, el subdirector de Producción anotó: "tendría que abrirse a todas las manifestaciones musicales sin menospreciar a muchas que no se dan cabida...Tendría que definirse el perfil de la programación pensando, en primer lugar, cuáles horarios son los más convenientes para transmitir tal tipo de música, eso no cualquiera lo entiende, necesitamos especialistas para que definan ese perfil".¹⁴¹

En lo correspondiente a la Onda Corta, Manuel Estrada indicó que "se ha explorado poco" debido a dos razones. La primera, "para qué le invertimos tanto si lo que más nos interesa es la cobertura regional", y la segunda, "tendría que hacerse un buen estudio, pero sobre todo las autoridades deberían apoyar muchísimo financieramente para echar a andar tres estaciones...los costos son excesivos".¹⁴²

Por supuesto, la programación de Onda Corta podría hacerse con materiales de la fonoteca y la discoteca, pero con todo y eso "se trata de definir una estación más porque tiene alcances internacionales, porque habría que hacerla en varios lenguajes, porque deberían definirse objetivos, no quiero decir que totalmente distintos, pero sí nuevos...los costos son altísimos".¹⁴³

Al respecto, el director de la radiodifusora aseveró: "hacer una programación especial sería un esfuerzo un poco caro para Radio Universidad. Si nosotros queremos llegar a otros países, mejor hacemos una programación con calidad. Vamos, la vendemos y que la bajen por satélite".

Y agregó: "Onda Corta es un lujo y yo creo que hay que mantenerla, pero no vamos a diseñar al corto plazo una programación especial para Onda Corta... Sería un proyecto muchísimo a futuro. Mantenerla sí, con la programación de AM".¹⁴⁴

En otras palabras, la Onda Corta puede esperar por tiempo indefinido para obtener una personalidad propia. Por el momento, lo realmente urgente es renovar la programación de AM y FM, sin olvidar que ya no sólo serán 18 horas de transmisión sino 24.

¹⁴⁰ Entrevista con Manuel Estrada, subdirector de Producción de Radio UNAM, enero de 2001.

¹⁴¹ *Idem.*

¹⁴² *Idem.*

¹⁴³ *Idem.*

¹⁴⁴ Entrevista con Fernando Escalante Sobrino, director de Radio UNAM, marzo de 2001.

De acuerdo con Escalante, Radio UNAM ya cuenta con el permiso debido para transmitir las 24 horas, lo cual obedeció a una necesidad de cuidado de los aparatos "es más sano para el transmisor dejarlo prendido, que andarlo prendiendo y apagando".¹⁴⁵

Se le preguntó al director para cuándo la emisora ya estaría transmitiendo las 24 horas y respondió:

"No es una de las prioridades porque tampoco se trata de salir por salir. Tengo 18 horas que son malísimas en un "x" tanto por ciento, hay programas buenos y otros más o menos...Pensar en abrir seis horas más cuando todavía no tienes calidad en tu contenido, calidad en tu producción, se me hace un poco absurdo... Yo casi estoy seguro de que vamos a arrancar con música. Pero primero arreglamos lo que se tiene".¹⁴⁶

La tarea no parece sencilla.

3.5.3 Otros.

Además de reestructurar la programación para ofrecer emisiones equilibradas, atractivas y adecuadas, también se planea adquirir nuevo equipo para los estudios de grabación, capacitar al personal del Departamento de Producción y diseñar formas alternas de financiamiento en general.

En cuanto al aspecto técnico, Escalante informó de la llegada de 25 computadoras. "...vamos a hacer una red, tenemos que meter los programas -software para radio- en donde tú produzcas digitalmente y lo subas por un cable y lo transmitas".¹⁴⁷

De igual manera, mencionó Estrada, se tiene previsto que dos de los cuatro estudios de grabación cuenten con equipo digital. Paralela a esta renovación, se creará una isla de edición.

Con esta última, se pretende liberar a los estudios de grabación de su carga de trabajo para que dediquen sus tiempos al copiado de materiales y a la grabación de los programas.

En las islas de edición se llevará a cabo el trabajo de post-producción, con lo cual los productores podrán mejorar la calidad de sus materiales pues contarán con más tiempo para su elaboración. Las producciones que requieran de mayor atención y recursos serán las que empleen los nuevos equipos.

¹⁴⁵ *Idem.*

¹⁴⁶ *Idem.*

¹⁴⁷ *Idem.*

Ciertamente, la grabación digital facilita y mejora la calidad del trabajo, pero también es un hecho que el operador necesita conocer el equipo y que el productor deberá desarrollar mucho más su capacidad de exploración para obtener un mayor provecho del nuevo recurso, advirtió el subdirector de Producción.

Acerca de lo que se está haciendo en materia de capacitación al personal del Departamento de Producción, el titular de Radio Universidad, sin más, contestó:

Nada.

Eso no quiere decir que no estemos trabajando, sí estamos trabajando; había poca producción y ahora estamos produciendo un poco más, pero en capacitación estamos con los enlaces con la BBC y Radio Francia, sobre todo con Radio Francia donde estamos pidiendo capacitación, intercambios y coproducciones...ahorita es difícil empezar por ese lado. Así fue la otra vez: hacíamos cursos de capacitación -de producción y de locución-, pasaron 10 años y no pasó nada...no hay variaciones. Radio Universidad Nacional sigue igual de aburrida que hace 10 años, entonces por eso me preocupa la raíz. Después veo programación, producción, capacitación, locución, información, los acervos -fonoteca, discoteca. Esas son las ramas de una raíz que queremos tronar...después empezamos a ver las ramas..¹⁴⁸

A la misma pregunta, Estrada respondió que hasta el año pasado y ante la falta de recursos se había diseñado un plan general de capacitación autogestiva.

Tal plan consistió en fijar una cantidad mínima de cooperación para pagar un taller de dos días que se llevaría a cabo mensualmente. Se realizaron cuatro talleres y después "hubo muchos cambios administrativos, no se comprendió la idea y se abandonó"..¹⁴⁹

Estrada admitió que "se ha hecho poco, la gente en realidad se va haciendo sobre la marcha... hay que hacer un programa mucho más estructurado con la gente de servicio social"..¹⁵⁰

Sin querer comprometerse a dar una fecha exacta, Estrada dice que se reanudará la iniciativa de los cursos autogestivos. Ahora, "ya no sólo va a apoyar la emisora con dinero, sino además se va a abrir a la comunidad universitaria, particularmente a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación...por lo menos uno cada mes...no sólo en la producción radiofónica, sino también técnicamente...".¹⁵¹

Por lo que toca a la situación financiera de la radiodifusora, Escalante indicó: "el presupuesto está en números rojos desde que empieza el año"..¹⁵²

Estima el director de Radio UNAM que los recursos de la emisora equivalen a 29 millones 557 mil 462 pesos para el 2001..¹⁵³, motivo por el cual se tratará de encontrar "(...)

¹⁴⁸ *Idem.*

¹⁴⁹ Entrevista con Manuel Estrada, subdirector de Producción de Radio UNAM, enero de 2001.

¹⁵⁰ *Idem.*

¹⁵¹ *Idem.*

¹⁵² Entrevista con Fernando Escalante Sobrino, director de Radio UNAM, marzo de 2001.

fuentes alternas de financiamiento, que van desde solicitar un presupuesto real, que te alcance, hasta patrocinadores y también a *eficientar* a tu personal, que si realmente tienes "x" cantidad de personal, que funcione como en cualquier radiodifusora del país...que trabaje la gente..."¹⁵⁴

Recalcó: "*Eficientar*, patrocinadores y un presupuesto acorde a la inflación, esa es la búsqueda".¹⁵⁵

¹⁵³ Vid. <<Radio UNAM, a "cirugía mayor">>, *El Metro*, Sección Reportaje, 29 de junio de 2001, p. 27.

¹⁵⁴ Entrevista hecha a Fernando Escalante Sobrino, director de Radio UNAM, marzo de 2001.

¹⁵⁵ *Idem*.

CAPÍTULO IV

Retos y perspectivas de la radiodifusión universitaria. Caso específico: Radio UNAM

Escalante *Si alguien intenta cerrar Radio Universidad se arma un show enorme porque hay una tradición demasiado fuerte.*

-¿Hay que mantenerla entonces?

Escalante *Pero en terapia intensiva. A final de cuentas, también hay gente a la que no le interesa que Radio Universidad se haga interesante.*

En el capítulo anterior fue presentado el origen, desarrollo y situación actual de Radio UNAM. De hecho, algunos problemas de la radio universitaria también fueron señalados en ese apartado.

Sin embargo, es objetivo de esta investigación ahondar en los conflictos mencionados -y en otros más-, pues sin duda, deben ser tomados en cuenta al elaborar el nuevo proyecto de la emisora.

4.1 Legislación y financiamiento.

La falta de recursos económicos siempre es señalada como un obstáculo para el desarrollo de *la otra radio*, y se tiene la firme convicción de que es en el marco legal donde debe hallarse la solución a este problema. Sin embargo, aún no hay un consenso en cuanto a los cambios que deben hacerse a la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT).

4.1.1 Comercializar o no comercializar.

El desacuerdo en cuanto a lo que debe o no permitir la legislación, en caso de modificarse, se refiere a la venta de los espacios de *la otra radio*. Mientras para unos la

comercialización de los tiempos representa la posibilidad más viable de obtener recursos, para otros es altamente cuestionable y se inclinan por que sea el Estado o la institución, a la cual pertenecen, quien asuma la manutención digna de estas emisoras.

La comercialización de cualquier estación permisionada, con excepción de algunas emisoras que opera el Estado como ya se ha visto en otro apartado, ha quedado prohibida por el artículo 37 de la Ley Federal de Radio y Televisión que dice:

Artículo 37.- Los permisos para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión podrán ser revocados por los siguientes motivos:

- I. Cambiar la ubicación del equipo transmisor sin la autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;
- II. Cambiar la o las frecuencias asignadas, sin la autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;
- III. Transmitir anuncios o comerciales o asuntos ajenos a aquellos para los que se concedió el permiso;
- IV. No prestar con eficacia, exactitud y regularidad, el servicio especializado, no obstante el apercibimiento, y
- V. Traspasar el permiso sin la autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.¹⁵⁶

Transmitir anuncios o comerciales o asuntos ajenos a aquellos para los que se concedió el permiso. Por esta disposición, *la otra radio* ha quedado sujeta al casi siempre raquítico presupuesto que le asigna el organismo público o educativo del cual depende, generalmente.

Así, se ha visto obligada a recurrir a esa frecuente flexibilidad de la legislación mexicana, encontrando en los patrocinios la respuesta.

A través de los patrocinios, la radio permisionada ha obtenido recursos económicos para solventar los gastos de producción de sus programas. Como ya se ha señalado, con los patrocinios y coproducciones, *la otra radio* no tiene posibilidad de lucrar pues el dinero derivado de ellos se emplea única y exclusivamente para sufragar los costos de producción y transmisión de las series, sin dejar algún margen de ganancia para la emisora o su personal.

De esta manera, mediante la clásica frase de "este es un programa patrocinado por tal empresa", se ha conseguido la emisión de no pocos programas y la mejora en calidad de varios de ellos.

Pero esto no parece ser suficiente ni lo ideal para quienes dirigen alguna emisora perteneciente a *la otra radio*. Tal es el caso de Fernando Escalante, director de Radio UNAM, quien, respecto al uso de patrocinadores, expresó:

¹⁵⁶ Ley Federal de Radio y Televisión en <http://www.cirt.com.mx>

A mí eso no me gusta...Yo creo que el Estado tendría la obligación de mantenernos bien, pero para que cambie la Ley Federal de Radio y Televisión, bueno, ya la están discutiendo, mientras ¿qué haces? Te mantienen ahogado ahí.

Creo que si puedes jugar con los patrocinadores, hacer ese estiramiento de la ley, buscar patrocinios que te permitan ir sobreviviendo, pero la batalla es, así como hablo de Radio Universidad, la batalla es el Derecho a la Información y las modificaciones a la Ley Federal de Radio y Televisión, esas son las batallas verdaderas.

Meterme a conseguir patrocinadores de a poquito, pues sí lo tengo que hacer para sobrevivir el año, pero es como cambiar programas de uno por uno. Son cosas que te permiten sobrevivir, pero no te permiten realmente entrar a la competencia.¹⁵⁷

Las palabras de Escalante no esconden su desacuerdo con el uso de patrocinios, y esa desavenencia se torna más notoria en cuanto se señala la posibilidad de comercializar, como cualquier otra radiodifusora concesionada, a la emisora universitaria bajo su mando.

El director de Radio UNAM argumenta que para hacer ingresar recursos económicos a esa estación, la respuesta no está en el modelo híbrido, entre comercial y cultural, que significa -en su opinión- la inclusión de patrocinadores, ni tampoco en la venta de los espacios como ocurre en una radio concesionada.

(...) que te metas a la competencia con los que saben hacerlo como nadie, que son las radios privadas... Entonces imagínate que yo me meto a competirle, a bajarle clientes a *Monitor*, estoy perdido. De entrada, ellos tienen ya aparatos de gente que se dedica a eso ya desde hace mucho tiempo, profesionales. ¿Sería un área de publicidad aquí o qué? Además, no creo que sea esa la función.¹⁵⁸

A esto, cabe añadir qué tan rentable puede ser una emisora como Radio Universidad para los anunciantes. Y lo que es más, qué tanto podrían influir ellos en los contenidos, la estructura y forma de trabajo de la emisora a fin de que ésta responda a sus expectativas.

4.1.1.1 Probabilidades de comercialización.

Desde el punto de vista de Jorge Mercader, director de Atención a Clientes de International Research México, S.A de C.V., (Inra), las frecuencias de la Máxima Casa de Estudios podrían servir a los intereses de los anunciantes, por los 2 millones 143 mil 40 impactos, que según estimaciones de la empresa, podría generarles Radio Universidad al día.¹⁵⁹

A cambio de esos posibles compradores, entrarían a las arcas de la radiodifusora aproximadamente 28 mil 800 pesos diariamente. Esto, con base en la difusión de 288 anuncios de 10 segundos y cobrando por cada uno de ellos 100 pesos. **Anexo 15.**

¹⁵⁷ Entrevista con Fernando Escalante Sobrino, director de Radio UNAM, marzo de 2001.

¹⁵⁸ *Idem.*

¹⁵⁹ Entrevista con Jorge Mercader, director de Atención a Clientes de International Research México, S.A de C.V., (Inra), febrero de 2001.

Indicó Mercader que esta sería una buena oportunidad para Radio Universidad de obtener recursos, pues dice "a Radio UNAM sí la escuchan".¹⁶⁰

Vista por el lado mercantilista, la opción no está mal. De hecho, puede convertirse en el punto de partida para algo mejor, pero hay un problema: la legislación no lo permite. Y aun cuando lo autorizara, el otro obstáculo a vencer serían los propios anunciantes, cómo convencerlos de promocionar sus productos o servicios a través de frecuencias sintonizadas sí, pero por un número inferior de personas que las privadas.

Para empezar, la radio universitaria tendría que contar con un estudio muy minucioso de su audiencia. ¿Para qué? Para saber si hay alguien a quien pueda venderse algo, qué cosa, en qué horario, etc.

A partir de lo anterior, quizás podrían encontrarse perspectivas de ventas nada desdeñables considerando que son las personas ubicadas dentro del rango de 25 a 44 años de edad.¹⁶¹ (Población Económicamente Activa), quienes más escuchan Radio Universidad.

4.1.1.2 Consecuencias de la comercialización.

4.1.1.2.1 Contenidos y programación.

La comercialización de los espacios necesariamente repercutirá en los contenidos de la estación. En el caso de la música se tendrá lo siguiente:

(...) menos música y más comerciales, y no sólo eso, sino música de menor variedad y profundidad, para asegurar el gusto del público mayoritario. Esto quiere decir, muchas oberturas de Rossini, Beethoven, Chaikovski, los conciertos para piano y violín de mayor fama, sinfonías de gran popularidad o, peor aún, movimientos de esas obras. Por supuesto, significa que nunca hay oportunidad de escuchar a compositores como Brahms, Mahler, Bruckner, Nielsen, Shostakovich, en sus sinfonías, por decir algo. Aquí descontamos, por supuesto, que al comercializarse las estaciones de música clásica, hacen de lado la música vocal, en especial la ópera, de no ser por un aria esporádica con Plácido Domingo o Luciano Pavarotti.¹⁶²

Y así como la música, los contenidos en general se verán afectados, y lo que es más, se diseñarán barras programáticas acordes con quienes quieran anunciarse, lo cual conducirá a Radio UNAM a seguir el modelo, tan criticado por ella, de las difusoras concesionadas. Esto es, elaborar una programación con base no en las necesidades de los escuchas, sino de los anunciantes.

¹⁶⁰ *Idem.*

¹⁶¹ International Research México, *Mediómetro Radio de la Ciudad de México*, enero de 2001.

¹⁶² José Rafael Calva Pratt, "La difusión radiofónica", *Unomasuno*, Sección Cultura, 18 de junio de 1997, p. 22.

Habrán quienes digan que para evitar lo anterior se establecerán políticas adecuadas de la cantidad y tipo de productos y servicios a difundir, así como de la influencia que los anunciantes puedan ejercer sobre los contenidos, entre otras.

En el papel puede quedar muy claro, en la práctica no tanto porque <<"cuando alguien está patrocinando un espacio, siente el derecho de censurarlo">>,¹⁶³ de intervenir en él.

Claro, podría darse el caso de que grandes compañías decidieran anunciarse en Radio UNAM, bajo las condiciones estipuladas por la emisora dando lugar a una situación muy peculiar: <<"(...) somos una empresa comercial y hay diferentes patrocinadores, en ciertas circunstancias, a quienes tienes que atender con tu buen juicio y criterio. Tú debes aquí usar el ingenio para, sin atacar en forma directa, tratar de servir a tu auditorio">>.¹⁶⁴

Con esto último, todas las partes estarían satisfechas -anunciante, escucha y frecuencia-, la pregunta es ¿cuánto tiempo puede mantenerse esa situación?

4.1.1.2.2 Ingresos por publicidad.

Existe una tendencia frecuentemente referida por los estudiosos del medio radiofónico. Ellos dicen que en el futuro la Amplitud Modulada albergará dentro de sí todos los programas hablados para ceder a la Frecuencia Modulada, exclusivamente, la transmisión de música.

Esto no parecería encerrar ningún conflicto, excepto porque los anunciantes, a pesar de la aceptación que el género hablado tiene entre los radioescuchas, no lo consideran tan rentable para sus propósitos como el musical. Los noticiarios no se apegan a esta regla, pero es remota la posibilidad de que las emisiones de noticias de Radio UNAM lleguen a ser, a corto plazo, como *Monitor* de Radio Red.

Ante ello, ¿qué oportunidades puede tener la emisora universitaria, cuya programación es eminentemente hablada? Por supuesto, también es musical, pero de un género con poca aceptación: el clásico... Son casi nulas.

Radio Universidad podría competir fuertemente por los anunciantes con las radios concesionadas si estuviera *posicionada* en el mercado, pero no es así; a duras penas es escuchada, comparativamente hablando. Ahora, si con todo y eso, lo hiciera, faltaría ver la reacción de los propios radiodifusores privados.

¹⁶³ Luis Enrique Ramírez, "Para curar la sordera", *Kiosco*, Núm. 1, 1990, p. 41.

¹⁶⁴ *Idem*.

Refiriéndose a ellos, el director de la frecuencia universitaria, Fernando Escalante indicó: "(...) ellos dependen de comerciales, tú, al no meter comerciales no les preocupas y mientras no lo hagas no creo que les importemos nada".¹⁶⁵

Lo que pudiera pasar si Radio UNAM entrara a la disputa por los anunciantes, no se sabe, pero puede suponerse que no les sería muy agradable.

En resumen, es claro que los ingresos de Radio Universidad por concepto de publicidad no serían muy abundantes por tres principales razones: 1) los anunciantes deberán ajustarse a las políticas de la emisora en cuanto a la interferencia de éstos en programación y contenidos; 2) la carta programática de la estación (programas hablados y de música clásica) no es lo que la mayor parte de los anunciantes prefiere y, 3) los medios de comunicación privados ejercerían fuertes presiones contra la estación.

4.1.1.2.3 Ingresos por subsidio.

Se considera que si Radio UNAM comercializara sus espacios, la Universidad dejaría de subsidiarla.

La UNAM, bajo el supuesto de que su emisora ya es autosuficiente, puede retirar los fondos que le otorga para destinarlos a otras áreas más desvalidas.

En consecuencia, la estación universitaria quedaría más desprotegida que nunca, en peligro de terminar sus transmisiones en cualquier momento porque estaría a merced de los caprichos del mercado y ya sin el apoyo -seguro de una u otra manera- de la Máxima Casa de Estudios.

Por todo lo anterior, se concluye que no es con la inserción de publicidad como puede Radio Universidad mejorar su economía. La clave para hacerse llegar dinero se encuentra en la Universidad misma o bien, en el Estado.

4.1.2 Alternativas.

4.1.2.1 La Universidad.

Es en la Universidad donde Radio UNAM puede hallar dignos recursos para su subsistencia, en tanto sea capaz de sensibilizar a la Máxima Casa de Estudios acerca de la importancia de la difusión cultural, del enorme potencial del medio radiofónico para este fin y, por su puesto, de sí misma.

¹⁶⁵ Entrevista con Fernando Escalante Sobrino, director de Radio UNAM, marzo de 2001.

Se cree que esa es la intención de Fernando Escalante con el Consejo Consultivo: obligar a la Institución a revalorar a su emisora para que la dote del capital requerido. Ya lo manifestó él mismo: si el Consejo le indica que se debe sacar de terapia intensiva a la radiodifusora, también le debe dar los recursos para ello.¹⁶⁶ ¿Y de dónde saldría ese apoyo financiero? Se piensa que de la Universidad misma.

Como es de esperarse, la Universidad pondrá mil y un pretextos para no gastar más dinero en sus frecuencias radiofónicas, pero es ahí donde se explotará el peso de quienes conformen el Consejo, para ejercer presión. Además, con la reestructuración programática de la radiodifusora, se incrementará la audiencia lo suficiente como para justificar el aumento al presupuesto.

Sin duda, la dotación de mayores recursos económicos sería un magnífico comienzo para Radio UNAM, pero el paso más importante estaría dado por un marco legal universitario que obligara a la Institución a mantener a su radiodifusora en óptimas condiciones de funcionamiento y, en consecuencia, con la cantidad de dinero adecuada para ello.

4.1.2.2 El Estado.

La otra opción para percibir mejores ingresos es el Estado a través de la modificación de la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT).

La primera meta a alcanzar dentro de la LFRT es la tipificación tanto para las estaciones universitarias como para cada una de las modalidades radiofónicas existentes en el cuadrante nacional. La segunda, el establecimiento de derechos y obligaciones del Estado con respecto a ellas.

El ideal para este último objetivo sería el sentar en la citada ley una disposición por la cual el Estado otorgara a *la otra radio* un presupuesto creciente, de acuerdo con la inflación, sin intervenir en sus contenidos. Esto aseguraría la permanencia y la función social de aquélla.

En el caso de que el Estado no quisiera ser el responsable directo de la manutención de *la otra radio*, podría fijar las bases para que ésta generara sus propios recursos, sin perder los que ya recibe de quien depende.

"¿Es posible, se pregunta uno, -y yo contesto afirmativamente- tener ingresos comerciales lícitos para la realización de una radiodifusión no lucrativa? Insisto, es posible y debiera estar previsto en la legislación".¹⁶⁷

¹⁶⁶ *Idem.*

¹⁶⁷ Miguel Ángel Granados Chapa, ponencia presentada en la mesa redonda "La radio universitaria frente al nuevo contexto nacional", Reunión de Radiodifusoras Universitarias, Radio UNAM, Ciudad de México, 8 y 9 de noviembre de 2001.

De acuerdo con Miguel Ángel Granados Chapa

debe haber, me parece, una codificación de la legislación que distinga entre radiodifusión lucrativa y no lucrativa que permita a la no lucrativa allegarse recursos no para obtener ganancias -en eso estriba su condición de no lucrativa-, pero sí para obtener recursos que le permitan mejorar sus condiciones. Ingresos en las radiodifusoras universitarias no significan sólo pago de anuncios en sus espacios. Ese es uno de los desafíos que impone la nueva situación a las universidades.¹⁶⁸

En ese sentido, y siguiendo el ejemplo de la BBC de Londres, Radio Universidad Nacional podría obtener dinero por: derechos de autor, uso de archivo (fonoteca), elaborar materiales culturales tales como programas radiofónicos, libros, revistas, etc., para empresas públicas y privadas, nacionales e internacionales.¹⁶⁹

Estas opciones en nada desvirtuarían el perfil cultural de la radiodifusora y en cambio sí enriquecerían su actividad, su presencia y su economía. Incluso, crearía nuevas fuentes de empleo.

Manuel Estrada, subdirector de Producción de Radio UNAM, habla de un proyecto.

(...) se están revisando nuevas formas de hacerse llegar dinero. Hay muchas propuestas. Entre las que el Departamento de Producción y la Subdirección de Producción propusimos está el diseño -y nos encargaríamos de la supervisión de la producción- de series pensadas desde un inicio para su venta, o sea, pensadas en la producción, en el diseño y en la distribución de esos materiales para que no sólo recupere la emisora el dinero invertido en la producción, sino también en su venta y eso nos vaya quedando y nos permita no sólo promover la actividad radiofónica al interior, sino también al exterior. Seguramente muchas de las emisoras universitarias pudieran comprar toda una serie dramatizada y en CD, por ejemplo, bien *quemados*, bien hechos.¹⁷⁰

Hasta el momento la iniciativa no se ha llevado a la práctica, pero bien vale la pena ponerla en la mesa de discusión junto con otras similares.

Por otro lado, podría haber un camino más para superar la no tan promisorio situación económica de *la otra radio*: que el Estado utilizara el tiempo fiscal al cual tiene derecho y dejara en manos de aquella su aprovechamiento.

Las emisoras de la *otra radio*, sin mengua de su actividad de difusión directa, pueden convertir sus estudios en los centros de producción que permitan enriquecer a través de tiempos oficiales, la programación de la radio comercial que llega a amplios auditorios.

(...) radionovelas extraídas de la mejor literatura y otras escritas específicamente para tal medio, programas documentales, conciertos en vivo y grabados, acompañados por textos explicativos, periodismo de la mejor cepa, todo cabría en esas aportaciones en que todo el mundo saldría ganancioso.

Colocado^[sic] entre el mercado y el poder, aunque algunas de sus emisoras correspondan al gobierno, la *otra radio* mejoraría de ese modo sus finanzas por la venta de tales servicios de producción al Estado;

¹⁶⁸ *Idem.*

¹⁶⁹ Ideas tomadas de Clara Izurieta, "La BBC como servicio público"; *Los medios públicos de comunicación en el marco de la reforma del Estado en México*, pp. 233-242.

¹⁷⁰ Entrevista con Manuel Estrada, subdirector de Producción de Radio UNAM, enero de 2001.

se enriquecería la rutinaria programación comercial, que quizás por emulación avanzaría en sus tramos restantes hacia niveles de calidad apetecible; y el público se beneficiaría...¹⁷¹

Esta es una propuesta muy interesante y casi nunca enunciada por quienes pugnan por mejores condiciones financieras para *la otra radio*, tal vez por considerarla insuficiente para cubrir sus necesidades o para no enfrentarse a la negativa del Estado, sujeto a la presión de los radiodifusores privados.

Sin temor al equívoco, Radio Universidad tendría mucho que aportar si esta alternativa se abriera, y obtendría, además de la remuneración económica, la posibilidad de interesar a un mayor número de escuchas en sus contenidos y quizás lograría atraerlos a sus propias frecuencias.

4.1.2.2.1 Desinterés del Estado.

A pesar de los beneficios que pudieran registrarse a partir de los cambios presididos por el Estado, es poco probable que tengan lugar porque él no está interesado en promover reforma alguna en materia de medios de comunicación y porque, aun cuando lo intentara, los empresarios privados rechazarían cualquier iniciativa, pues la considerarían una amenaza a sus privilegios.

Al respecto, Javier Esteinou, investigador de la Universidad Autónoma Metropolitana, aseveró: "(...) el Estado mexicano de finales del siglo XX, no cuenta con voluntad política histórica para transformar el actual sistema de comunicación de la sociedad mexicana: el Estado mexicano no quiere la transformación democrática del sistema de comunicación nacional"...¹⁷² Lo mismo sucede con el Estado mexicano de principios del siglo XXI.

Después de *El concierto por la paz en Chiapas* -evento celebrado en marzo de 2001, referido en el capítulo II, y con el cual, las principales cadenas televisivas mostraron al gobierno la fuerza de su unión y su negativa al cambio del orden establecido- la administración encabezada por Vicente Fox decidió modificar su postura con respecto a los medios de comunicación privados. Un ejemplo de ello es el siguiente:

En junio de 2001, el presidente Fox, en su afán por abrir nuevos mercados para México, visitó el continente asiático. Se hizo acompañar de concesionarios y periodistas, entre quienes figuraron el tercero de la dinastía Azcárraga y Eduardo Ruiz Healy. Por este hecho, resultan evidentes los lazos entre el nuevo gobierno y los medios de comunicación.

¹⁷¹ Miguel Ángel Granados Chapa, "Nueva forma de cultura", *Revista Mexicana de Comunicación*, noviembre de 1995-enero de 1996, p. 17.

¹⁷² Javier Esteinou Madrid, "Los medios de comunicación y el Estado feudal", *Bucareli Ocho*, suplemento de *El Universal*, 21 de septiembre de 1997, p. 17.

Así las cosas, bajo el gobierno panista no puede hablarse de una separación entre los medios y el Estado, y menos cuando éste último fincó sus cimientos no en una plataforma política, sino en dichos medios de comunicación, posición por demás desventajosa.

Por tanto,

(...) con base en nuestro contexto sociopolítico, resulta que es muy probable que en los próximos años tampoco se lleven a cabo los cambios legales. En todo caso, el esfuerzo de la radio pública deberá continuar por los caminos disponibles en el ejercicio de la realización radiofónica, cambiar la realidad estática con la práctica de las acciones que permitan el desenvolvimiento que el marco legal condiciona inadecuadamente.¹⁷³

4.1.2.3 La sociedad.

En Francia, por ejemplo, los habitantes pagan un impuesto por contar en sus casas con un radioreceptor. El dinero de este gravamen se utiliza para el sostenimiento de las emisoras no comerciales. Lo mismo podría hacerse en México y mejorar significativamente la condición de *la otra radio* si se consideran los 9 millones 712 mil 633 radio-hogares registrados en el país en 1999.

Aunque ésta no es una mala opción, los mexicanos la considerarían pésima debido a los muchos impuestos que ya pagan. Por lo tanto, se cree que sería desechada de inmediato.

Finalmente, ante la deprimente perspectiva de que el Estado actúe en beneficio de la *otra radio* o la sociedad mexicana acepte pagar un impuesto más, Radio UNAM está obligada a buscar otros caminos para alcanzar el reconocimiento social, ya que no estatal, y recaudar fondos sin comprometer su función de servicio a la sociedad.

En cuanto al reconocimiento social, éste puede adquirirse mediante la difusión de contenidos de calidad, en los cuales se privilegie el conocimiento, el análisis y la participación de los escuchas.

En lo referente a la economía, se ha visto que su más cercana alternativa es la Universidad, sin embargo no debe fincar todas sus esperanzas en ella por el juego de intereses inmiscuido y del cual se hablará a continuación. En todo caso, a la emisora universitaria no le queda más que continuar con los patrocinios y las coproducciones, así como con la búsqueda de formas de financiamiento tolerables por las autoridades gubernamentales. No es lo adecuado, pero es mejor que no hacer nada.

¹⁷³ Ernesto Pí Orozco, "La radio permisionaria ante el nuevo milenio", *Congreso Internacional de la Radio Universitaria UDEM '99*, "La radio universitaria frente al nuevo milenio", Universidad de Monterrey, Monterrey, Nuevo León, 20-24 de septiembre de 1999.

4.2 Autoridades.

<<"Las radios universitarias no son apoyadas por las casas de estudios a las que pertenecen porque al Estado no le conviene abrirle espacios a la gente para que se exprese">>.¹⁷⁴

El Estado tiene temor a la crítica profunda y fundamentada que puede darse en una cabina universitaria, así como a su consecuencia lógica: la movilización social para cambiar el orden establecido.

De igual forma, las autoridades universitarias tampoco quieren emisoras vigorosas porque, de cierta manera, perderían el control de las mismas, y sin duda alguna, un nicho de poder. Además, sus acciones también serían altamente cuestionadas, con lo cual su fuerza y credibilidad ante los universitarios quedarían en entredicho. A esto se añaden las repercusiones económicas y políticas que estarían obligadas a sufrir.

Así las cosas, poco a poco, se ha ido conformando una cadena: el Estado presiona a las autoridades universitarias y éstas a las emisoras. Al interior de las radiodifusoras, también hay gente que limita su acción. Todo funciona de la siguiente manera.

4.2.1 Estado-Universidades-Radiodifusoras.

La amenaza hacia las emisoras universitarias por parte del Estado está siempre latente; una palabra de más significa un recorte a su presupuesto, a través de las universidades, o el silencio absoluto. Por supuesto, existen otros mecanismos de sujeción tales como los legislativos.

(...) ese control no declarado tiende a manipular o configurar un espacio de censura indirecta sobre el tipo de trabajo de las radios universitarias debido a sus capacidades alternativas y expresivas."¹⁷⁵

Otra forma de hacer sentir el peso de la autoridad estatal sobre las frecuencias pertenecientes a Instituciones de Educación Superior (IES) es la relativa a los permisos de transmisión:

(...) la SCT [Secretaría de Comunicaciones y Transportes] agiliza los trámites cuando un empresario solicita una frecuencia en el cuadrante, mientras que para las radiodifusoras permisionarias puede tardar 18 años para otorgar un permiso de transmisión, como es el caso de la Radio Universidad Autónoma de Puebla, o como ocurrió con la Universidad Autónoma de Chapingo, que para obtener su permiso tuvo que esperar ocho años."¹⁷⁶

¹⁷⁴ Carmen García Bermejo, "Las radios universitarias necesitan redefinir sus objetivos", *El Financiero*, Sección Cultural, 16 de junio de 1997, p. 86.

¹⁷⁵ *Idem.*

¹⁷⁶ *Idem.*

La negación o retardo de la autorización para que una emisora universitaria difunda sus mensajes responde a lo siguiente: "(...) por algún motivo inextricable, las radios universitarias, en diferentes estados de la república, aún son vistas como recintos de la juvenil subversión o como sitios de intereses *undergrounds*..."¹⁷⁷

Por lo tanto, se consideran peligrosas para la estabilidad social. Esta opinión es compartida y respaldada por quienes velan por la imagen universitaria.

Respecto a las autoridades universitarias, éstas, por temor, conformismo o comodidad, se aliaron con el Estado y se desentendieron de sus estaciones radiofónicas. De todos es conocido "el desinterés que manifiestan muchos de los rectores de las mismas universidades hacia sus órganos de difusión como la radio..."¹⁷⁸

Tal indiferencia se traduce en una raquítica asignación de recursos, en la casi nula preocupación por mejorar la calidad de las transmisiones de sus emisoras, así como en el nombramiento de directivos que poco o nada tienen que ver con el quehacer radiofónico, entre otros.

En lo correspondiente al último punto, por ejemplo, <<"(...) desde hace un buen tiempo, dirigir *Radio UNAM*... ha sido una especie de *impasse* de funcionarios con tirada política; algo así como: "quédate aquí, mientras te consigo algo mejor". Por tanto, menosprecian la emisora, la ven como el patito feo de los medios de comunicación y, con esa actitud, la van hundiendo>>..."¹⁷⁹

De hecho, hay quienes afirman que los directivos de Radio UNAM

"(...) hacen de todo, menos dirigir, conocer, nutrir sus estaciones, rescatarlas de la debacle en que se están hundiendo. En cambio, sí ocupan energías y tiempo en contestar cuanta denuncia se publica; en enviar a la prensa copias de documentos de uso interno para que los medios informativos y la ciudadanía sepamos que sí trabajan, que no es cierto eso que dicen en su contra, sin darse cuenta que el esfuerzo, o la falta de él, la improvisación, la mediocridad, el miedo y la ineptitud no se pueden maquillar en la radio, pues el micrófono es el gran espejo de aumento que nos muestra tal como somos..."¹⁸⁰

Siguiendo con Radio Universidad, lo que también hacen quienes presiden esta radiodifusora es prometer toda clase de ayuda, manifestarse a favor de las innovaciones e invitar a la gente a presentar sus proyectos radiofónicos.

Contradictoriamente, el apoyo nunca se concreta y fuentes cercanas a la difusora indican que, casi siempre, los proyectos que llegan se "enlatan" por razones personales más que profesionales, no se revisan o se desechan sin una evaluación seria.

¹⁷⁷ Víctor Roura, "Centros de subversión", *El Financiero*, Sección Cultural, 16 de junio de 1997, p. 87.

¹⁷⁸ Carmen García Bermejo, *Op. cit.*, p. 86.

¹⁷⁹ Elvira García, ¿A quién le importa la radio cultural?, *La Jornada*, Sección Cultura, 14 de agosto de 1988, p.26.

¹⁸⁰ *Idem*.

Cuando las iniciativas se rechazan abiertamente, las razones van desde la no aceptación de las mismas por parte de Rectoría, hasta la escasez de recursos para llevarlas a cabo (aun cuando quienes hacen la propuesta ya tienen a los patrocinadores), que no responden a las expectativas (al cuestionar cuáles son éstas no hay una contestación clara y precisa) o que no se ha tenido tiempo de revisarlas.

Por el cuarto argumento se trae a la gente dando vueltas y vueltas a la dirección o a la subdirección de producción a fin de fastidiarla y que se vaya sin haber conseguido nada.

Por tales razones, cuando Fernando Escalante dice que "(...) se puede asfixiar una institución de muchas maneras: creciéndola abismalmente, jugando con presupuestos complicados, anquilosándose, en fin...",¹⁸¹ no hay la menor duda de ello, porque cada puesto de poder, tanto al interior como al exterior de las emisoras universitarias, se encarga de poner a su paso obstáculos numerosos y difíciles de superar.

Así, las radiodifusoras universitarias "(...) a través de los años, han sido desmanteladas y acuciosamente descodificadas al grado de convertirlas, ya, en recintos sectarios, grupusculares, con intereses meramente localistas".¹⁸²

4.2.2 Radio UNAM.

Radio Universidad Nacional ha sido una estación gradualmente *asfixiada*. Hoy se encuentra en *terapia intensiva*.

- ¿Pueden cerrar Radio Universidad y no pasa nada?
- **FES** *Si alguien intenta cerrar Radio Universidad se arma un show enorme porque hay una tradición demasiado fuerte.*

- ¿Hay que mantenerla entonces?
- **FES** *Pero en terapia intensiva. A final de cuentas también hay gente a la que no le interesa que Radio Universidad se haga interesante.*

- ¿Estaríamos hablando de las autoridades universitarias?
- **FES** *No, yo no sé, habría que ver quiénes, pero hay gente que le interesa tener a Radio Universidad planita, seguro la hay. La competencia es así, si haces una cosa buena, empieza a llamar la atención, empieza a ser un medio importante y empiezas a causarle temores a determinada gente. Tampoco te pueden matar porque saben que es peligrosísimo, puede provocar que el Zócalo se llene por defender a Radio Universidad. Te salen más escuchas que nada..*¹⁸³

¹⁸¹ Fernando Escalante Sobrino, ponencia presentada en la mesa redonda "La radio universitaria frente al nuevo contexto nacional", Reunión de Radiodifusoras Universitarias, Radio UNAM, Ciudad de México, 8 y 9 de noviembre de 2001.

¹⁸² Víctor Roura, "Reiteradamente calculadoras", *El Financiero*, Sección Cultural, 17 de junio de 1997, p. 55.

¹⁸³ Entrevista con Fernando Escalante Sobrino, director de Radio UNAM, marzo de 2001.

Para conducir a Radio UNAM a *terapia intensiva* fueron necesarias ciertas medidas: se le pasó de Ciudad Universitaria a las actuales instalaciones de Adolfo Prieto 133, se le dotó de una plantilla laboral muy amplia (sobre todo en lo administrativo), se le dejó a la deriva con una programación poco atrayente y unos recursos técnicos ya anticuados, etc.

Tales hechos sucedieron porque Radio Universidad atentó contra el orden establecido:

(...) yo tengo una sensación de hace mucho tiempo cuando Radio Universidad era una presencia muy fuerte en el cuadrante, tenía un auditorio muy fuerte y tenía pues que ser limitada, o sea, yo sí creo que hubo un momento en que la radio universitaria... no podía ser censurada, pero podía ser asfixiada... Yo creo que la presencia de Radio Universidad en los 60's^[sic] era políticamente trascendente. Se fue viniendo para abajo con apoyos y con crecimiento...¹⁸⁴

Reconocida esta situación por quien hoy dirige Radio UNAM surge la pregunta ¿qué hará por cambiar ese estado de cosas? <<No la ayudas, pero tampoco la matas, por eso es interesante que haya una declaración de un círculo importante de intelectuales en donde se diga "sáquenla de terapia intensiva". Esa es mi búsqueda>>.¹⁸⁵

Para Escalante, el Consejo Consultivo es la tabla de salvación de Radio Universidad. Sin embargo, falta conocer la posición de las autoridades universitarias, así como la de las gubernamentales en cuanto a las medidas que aquél determine en el caso, claro, de que llegue a establecerse formalmente.

Por su parte, las autoridades de gobierno hoy día no parecen estar dispuestas a modificar lo que por tanto tiempo ha permanecido inamovible, en cuanto a medios de comunicación se refiere; primero, porque fuera del intento por instaurar el Consejo Nacional de Radio y Televisión, no han hecho nada más, y segundo, por lo establecido en el Programa Nacional de Educación 2001-2006, el cual fue presentado en los primeros días de noviembre de 2001 por el secretario de Educación Pública, Reyes Tamez Guerra.

Respecto a dicho Programa, Miguel Ángel Granados Chapa comentó:

El Programa Nacional de Educación... hace referencias generales a la difusión de la cultura en las universidades, pero no señala ni objetivos ni procedimientos, métodos, para la realización de estas tareas de difusión cultural, lo que nos indica -en mi opinión- que este Programa Nacional de Educación se ha afiliado a estas tesis que ven en la difusión cultural universitaria algo aledaño, algo agregado, algo en el mejor de los casos, que ornamenta, que adorna a las universidades, pero de lo cual puede prescindirse.

Dice el preámbulo, la introducción del capítulo relativo a la educación superior en el Programa Nacional de Educación, uno de los subprogramas sectoriales de este Programa:

"La educación superior comprende los estudios posteriores a la educación media superior, se imparte en instituciones públicas y particulares y tiene por objeto la formación, en los niveles de técnico superior, universitario o profesional asociado, licenciatura, especialidad, maestría y doctorado. Las Instituciones de Educación Superior realizan una o varias -ya no como el objetivo sustantivo, sino como algo optativo, como algo elegible- de las siguientes actividades: docencia, investigación científica, humanística y

¹⁸⁴ Fernando Escalante Sobrino, ponencia presentada en la mesa redonda "La radio universitaria frente al nuevo contexto nacional", Reunión de Radiodifusoras Universitarias, Radio UNAM, Ciudad de México, 8 y 9 de noviembre de 2001.

¹⁸⁵ Entrevista con Fernando Escalante Sobrino, director de Radio UNAM, marzo de 2001.

tecnológica, estudios tecnológicos y extensión, preservación y difusión de la cultura, según la misión y el perfil tipológico de cada una".¹⁸⁶

Al ser la difusión cultural una actividad secundaria y, por lo tanto, prescindible, las emisoras de las casas de enseñanza superior también lo son. En tal caso, dice Granados Chapa, "(...) en las universidades públicas y las radioemisoras universitarias, como parte de los mecanismos de difusión cultural, tienen que reivindicar la legitimidad no sólo histórica, no sólo social, sino práctica y operativa de su función, y en consecuencia, organizarse y trabajar de suerte que se valore el papel de la difusión cultural, incluida la tarea de las radioemisoras universitarias".¹⁸⁷

La pregunta es: ¿estarán dispuestas las universidades a asumir esa responsabilidad o seguirán ajustándose a las políticas gubernamentales sin queja alguna?

La opinión de quien esto escribe es: Radio Universidad sabe que debe transformarse y adecuarse a las condiciones económicas, políticas, sociales y de medios actuales. Ahora, al menos en apariencia, existe la disposición de su director, Fernando Escalante, por sacarla de esa *terapia intensiva* en la que ha estado sumida durante varias décadas, lo cual ya es una ventaja.

A pesar de ello, se considera difícil el convencer a los altos mandos universitarios de concederle mayor importancia a su emisora por el conflicto de intereses implicado, tanto fuera como dentro de la Universidad. Su talón de Aquiles es el presupuesto.

Posiblemente, la búsqueda de nuevas formas de hacer radio, el explotar temas literarios, de divulgación científica o musicales no les crearía ninguna inquietud a las autoridades, pero una emisora universitaria -sobre todo cuando hay tan pocas y las radiodifusoras gubernamentales no cumplen cabalmente con su función de servicio público- no puede limitarse a esos tópicos, antes bien debe constituirse en un referente de opinión pública y para ello, el debate, el análisis y la crítica son los puntos de partida. Esto, por supuesto, *causa temores a determinada gente* y motiva a dejar todo cual está.

En conclusión, dependiendo de cuál sea el proyecto que se derive del Consejo Consultivo será la respuesta de las autoridades universitarias y gubernamentales. Si resulta una oferta con clara orientación social y basada en el debate, la crítica, el análisis, así como en la participación directa de los escuchas, muy tortuoso seguirá siendo el camino para Radio UNAM. Incluso, el sendero podría ser peor para ella, a fin de eliminar cualquier intento de cambio.

Si por el contrario, se presenta una oferta inclinada hacia las bellas artes, la investigación y la divulgación científica, es probable que sea considerada la propuesta, pero

¹⁸⁶ Miguel Ángel Granados Chapa, ponencia presentada en la mesa redonda "La radio universitaria frente al nuevo contexto nacional", *Reunión de Radiodifusoras Universitarias*, Radio UNAM, Ciudad de México, 8 y 9 de noviembre de 2001.

¹⁸⁷ *Idem*.

siempre cuidando que ésta no se les salga de las manos, y con ella, el control de la radiodifusora. Así, el apoyo de las autoridades siempre será menor al necesario.

4.3 Experimentación.

Desde que la monotonía se apoderó de las ondas hertzianas mexicanas allá por la década de los 50, pocas emisoras se atrevieron a desafiarla. Radio Universidad, por ejemplo, hizo propuestas muy interesantes en los 60 y 70, y aunque con varios años de diferencia, otras frecuencias imitaron sus esfuerzos.

"Es el caso...de una estación eminentemente comercial como la XEQ que, bajo la dirección de Ricardo Rocha, ha logrado reunir a un notable grupo de comentaristas e intelectuales (Carlos Fuentes, Cristina Pacheco, Carlos Monsiváis y Tomás Mojarro), que en mucho recuerda a la radio universitaria de los años sesenta".¹⁸⁸

Con lo anterior, se quiere decir que la estación de la Máxima Casa de Estudios en algún momento se erigió como referente de calidad e innovación en contenidos. Por lo tanto, recuperar esa condición se vuelve una imperiosa necesidad, entre otras razones, por la falta de creatividad existente en el cuadrante, para reafirmar el carácter universitario de Radio UNAM y, sobre todo, para justificar su presencia y razón de ser en el contexto comunicacional actual al constituirse en una auténtica alternativa para los escuchas.

Experimentar es la única manera de alcanzar tales objetivos. Desafortunadamente, son muchos los obstáculos que Radio Universidad debe librar a fin de llevar a la práctica tan importante tarea.

4.3.1. ¿En dónde está la creatividad?

Se dice que no hay creatividad en el espectro electromagnético nacional porque se vive una saturación de contenidos y formatos muy semejantes entre sí. El ejemplo más contundente son los noticiarios.

Con el fenómeno del *boom* noticioso en las estaciones de radio, en ese medio se pasó de la cerrazón a ultranza al "libertinaje" absoluto, a juicio de los expertos... Pero el supuesto *boom* de la radio noticiosa, explican,...responde, principalmente, a que el costo de los anuncios durante los noticiarios es dos o tres veces más elevado que en los horarios generales, a pesar de que la oferta y audiencia radiofónica es predominantemente musical.¹⁸⁹

¹⁸⁸ Felipe López Veneroni, "Forma y sentido de la radio pública", *La radio frente al nuevo milenio*, p. 91.

¹⁸⁹ Fernando Morales y María Scherer Ibarra, "La catarsis radiofónica", *Proceso*, 5 de septiembre de 1999, p. 76.

Si en el 99 ese *boom* fue importante, en el 2001 hubo un desmesurado crecimiento de series informativas. La existencia de 16 noticiarios matutinos, 24 vespertinos y 25 nocturnos lo confirman.¹⁹⁰

Frecuencias que no contaban con este tipo de emisiones, ahora las tienen, y si ya poseían alguna, incorporaron una o dos más. La única diferencia entre ellas es el titular porque hasta los horarios de transmisión son iguales. Aunque sin querer decirlo, Radio Universidad Nacional padece de ese mismo mal.

Ricardo Rocha se integró desde el 3 de septiembre de 2001 al equipo de colaboradores de la radiodifusora universitaria con la serie titulada *Rocha en Radio UNAM*.

De acuerdo con Fernando Escalante, la presencia del periodista en la emisora "(...) tiene como propósito revitalizar la estación a fin de recuperar la audiencia y el prestigio que la caracterizó hace un par de décadas".

El directivo agregó que <<"la estructura de Radio UNAM no ha cambiado en los últimos 20 años. Lo que pretendemos ahora es hacerla más atractiva. Que los conductores no se dediquen a platicar durante dos horas con sus invitados, sino que exploren todas las opciones de producción que da la radio"...>>.¹⁹¹

"Lo más irónico es que el nuevo programa de Rocha anunciado con bombo y platillo en los medios de comunicación, consiste en... un señor sentado frente a un micrófono entrevistando a invitados".¹⁹² Sobra decir que la autora de este trabajo coincide con esta opinión.

Por supuesto, el otrora conductor de *Para gente grande* cuenta con todo un cuerpo de reporteros para informar de los últimos acontecimientos al instante. Eso no se hace en Radio UNAM, lo cual puede ser una excusa, pero ya se hace en otras frecuencias, ¿dónde está la novedad o la búsqueda de alternativas radiofónicas?

Por otro lado,

"Independientemente de la calidad periodística de Ricardo Rocha, no deja de ser una afrenta a la comunidad universitaria -con dos escuelas y una facultad en donde se enseña periodismo- que su propia emisora no sea capaz de producir un noticiario innovador, profundo, que compita, por sus rasgos vanguardistas y de solidez, con el resto de las emisoras, que ofrezca, en suma, una alternativa a la gran cantidad de noticiarios triviales y pobremente realizados. Mejor ceder el espacio a un grupo que viene

¹⁹⁰ Alberto Castillo, "Tiene 80, pero es la mejor acompañante", *Reforma*, 3 de octubre de 2001 en http://www.reforma.com/ed_impresa/notas/011003/gente/textos/rngenint0022.htm

¹⁹¹ Edgar Alejandro Hernández, "Se estrena Rocha en Radio UNAM", *Reforma*, 30 de agosto de 2001 en http://www.reforma.com/ed_impresa/notas/010830/cultura/textos/rcul0002.htm

¹⁹² Martín Bonfil Olivera, "¿Adiós a la ciencia en Radio UNAM?", *Humanidades*, 19 de septiembre de 2001, p.12. Martín Bonfil es miembro de la Sociedad Mexicana para la Divulgación de la Ciencia y la Técnica (SOMEDICYT), organismo afectado por la cancelación de los espacios dedicados a la ciencia y ahora ocupados por el líder de la agencia *Detrás de la noticia*.

del área comercial que a los egresados de la Universidad, jóvenes que tienen la formación y el talento para sacar a Radio UNAM del estado comatoso en que está".¹⁹³

Es necesario conceder que es importante llevar a Radio Universidad a personalidades de la comunicación ya reconocidas por los radioescuchas, lo criticable del hecho es que aquellas vayan a hacer lo mismo que a la radio comercial, escudándose en algunas referencias a temas universitarios o invitando a colaborar a algunos de ellos y, aún más, que las autoridades de la emisora lo permitan, e incluso, salgan en su defensa.

La culpa no es de todos los señores Rocha que pudieran llegar a Radio UNAM, la falta está en las autoridades en general, quienes por desconocimiento, inexperiencia, carencia de creatividad o desinterés, tratan de emular a las frecuencias comerciales.

Tales sucesos son muestra de la incongruencia entre lo que se dice y lo que finalmente se realiza, porque -hasta no hace mucho tiempo- Escalante declaraba: "es muy triste reconocer que Radio Universidad comenzó a copiar ya no sólo modelos de Radio Educación, sino modelos de radio privada. Un error garrafal".¹⁹⁴

Y él está encabezando exactamente uno de esos *errores garrafales*. Entonces, ¿cómo está el asunto?

4.3.2 Radio UNAM y la experimentación.

Para resolver la ausencia de diversidad de contenidos y formatos innovadores en Radio Universidad o en cualquier otra radiodifusora, la clave no está en copiar lo que otros hacen o en llevar y traer a periodistas reconocidos, sino en la experimentación basada en ideas originales.

Por la pérdida de dinero que el proceso les reportaría los empresarios no están dispuestos a experimentar y prefieren quedarse con lo que ya conocen y les asegura su bienestar económico. Bajo estas circunstancias es *la otra radio* y, especialmente, Radio UNAM, quien debe asumir el reto.

A fin de ser nuevamente una estación digna de la Máxima Casa de Estudios como centro de investigación y generadora de conocimiento, Radio Universidad Nacional debe experimentar.

Así como los químicos y los veterinarios realizan pruebas para perfeccionar una fórmula o sanar una especie animal, la radio de la Universidad también puede convertirse en un gran laboratorio para los comunicólogos en aras de renovar el modelo, ya agotado, de la modalidad radiofónica universitaria. Desde luego, en esta intención no deben faltar los

¹⁹³ Florence Toussaint, "Crisis de talento", *Proceso*, 2 de septiembre de 2001, p. 88.

¹⁹⁴ Entrevista con Fernando Escalante Sobrino, director de Radio UNAM, marzo de 2001.

objetivos de satisfacer las necesidades de la comunidad universitaria y de la población en su conjunto.

Incluso, puede afirmarse que si la estación universitaria no experimenta y encuentra nuevas formas de hacer radio, difícilmente podrá justificar su existencia y razón de ser ante la sociedad y la Universidad. En cambio, si lo hace, puede ganar el interés de ambas y hasta su apoyo para mejorar su situación.

"El reforzamiento y superación de los contenidos que se transmiten tiene ahora ya no únicamente la responsabilidad de justificar la existencia de las emisoras, sino ser palanca que sustente un mayor aprecio de la sociedad y la capacidad para conseguir condiciones más apropiadas en la operación y el funcionamiento..."¹⁹⁵

Radio Universidad Nacional debe experimentar para renovarse o quedarse como está para morir. En otras palabras, ésta y todas las frecuencias universitarias tienen en sus manos la clave para renacer, recuperar su carácter universitario, abrir nuevos senderos a la radiodifusión nacional y justificar su existencia: experimentar.

4.3.2.1 Temas, lenguaje y música.

¿Deberá Radio UNAM suprimir la música clásica y los temas abordados para dar cabida a todo aquello que responde al gusto masivo y juvenil como la música gruperera y los comentarios insulsos y hasta ofensivos para el público?, ¿será conveniente abandonar la riqueza de nuestro lenguaje a fin de complacer a la mayoría?

No. Ni la música ni los temas ni el lenguaje difundidos por la emisora deben ser desechados, por el contrario, es preciso alentar su existencia a fin de que no se pierdan en medio de la frivolidad ofrecida por los medios de comunicación privados y algunos pertenecientes al Estado.

Debe haber cambios de forma, mas no de contenido.

Sin tratar al público como retrasado mental se le puede introducir al mundo de la música clásica; no todos saben qué es una sonata o el movimiento de una obra, hay que enseñar a las personas a comprender, a *escuchar* esa música.

En el caso de los temas, se deben explorar nuevos caminos a fin de hacerlos digeribles y amenos; la fórmula invitado-entrevista ya no es suficiente. Y cuando de tecnicismos se trate, una corta y creativa explicación será mejor que perder a un escucha.

¹⁹⁵ Ernesto Pí Orozco, "La radio permisionaria ante el nuevo milenio", *Congreso Internacional de la Radio Universitaria UDEM '99*, "La radio universitaria frente al nuevo milenio", Universidad de Monterrey, Monterrey, Nuevo León, 20-24 de septiembre de 1999.

Desde luego, las estación universitaria debe estar consciente de que hay ciertos tópicos que por pertenecer a disciplinas poco conocidas y sí consideradas para eruditos como la matemática, no podrán contar inmediatamente con un amplio público. Antes bien, deberá pensar en estrategias de producción que permitan vencer los temores de la gente con respecto a ésta y otras áreas del saber.

En cuanto al lenguaje, es importante no dejar que éste continúe perdiendo terreno. "Con excepción de algunos personajes y emisoras, ciertos programas y la presencia esporádica de maestros e intelectuales, el manejo del lenguaje en los medios electrónicos, lejos de propiciar un mejor y más rico empleo por parte de los radioyentes y televidentes, ha sido -en términos generales y a pesar de su potencial carga positiva- influencia degeneradora y limitante".¹⁹⁶

Por tal motivo, Radio Universidad, en vez de abandonar la utilización de vocablos que para la mayoría resultan desconocidos, debe buscar la manera de hacerlos entendibles y de uso común, pues "a un medio oral como la radio le corresponden, necesariamente, tareas ineludibles como el resguardo, purificación, ampliación y difusión de la lengua".¹⁹⁷

Mariano Cebrián, catedrático de la Universidad Complutense de Madrid, dice el respecto: "la radio se ha constituido en un medio imprescindible para la preservación y transmisión del patrimonio oral y sonoro de cada sociedad. El fomento de la riqueza léxica, morfosintáctica y fonética deberá ser uno de los elementos de mayor nivel y exigencia en la radio por ser lo que marca la idiosincrasia de cada comunidad hablante y lo que plasma parte de la memoria histórica y cultural de los pueblos".¹⁹⁸

Tratándose de una radiodifusora universitaria el compromiso es mayor.

Por todo lo expuesto, la música, los temas y el lenguaje presentados por las frecuencias universitarias lejos de suprimirse deberán enriquecerse, defenderse e impulsarse a fin de divulgar manifestaciones culturales diferentes a las presentadas por otros medios de comunicación, e incluso, relegadas por ellos.

La oportunidad de encontrar diversidad y calidad en el cuadrante debe ser dada por la radio universitaria.

Por otra parte, es cierto que elementos como la palabra, la música, los efectos y los silencios ya se han utilizado de múltiples maneras, por lo cual "nos preguntamos: ¿en qué se puede experimentar en radio? Pensamos en los formatos, en la estética, en el tono de la

¹⁹⁶ Luis Ernesto Pí Orozco, "Expresión y discurso radiofónicos", *Primer Congreso Internacional de la Lengua Española y los medios de comunicación*, Zacatecas, Zacatecas, 7-11 de abril de 1997 en <http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/radio>

¹⁹⁷ Cristina Romo, "El lenguaje seductor de la radio", *Primer Congreso Internacional de la Lengua Española y los medios de comunicación*, Zacatecas, Zacatecas, 7-11 de abril de 1997 en <http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/radio>

¹⁹⁸ Mariano Cebrián Herreros, "El idioma español en la radio", *Revista Mexicana de Comunicación*, abril-junio de 1999, p. 26.

locución, en la construcción del lugar del entrevistado, en la hipótesis de recepción del público que se construye. Por qué no, la gestión, la cuestión técnica, la forma de relacionarse con la comunidad, las instituciones intermedias y barriales".¹⁹⁹

Hay todo un universo por descubrir, lógico es pensar en el fracaso como posibilidad ante la experimentación, pero no deben olvidarse las muchas enseñanzas que el tan sólo intentarlo conlleva. Por lo tanto, ¿por qué no atreverse a dar ese gran paso, cuyos resultados pueden llegar a ser tan positivos?

Habrán quienes señalen que hay múltiples conflictos por superar, ¿cuáles son éstos y qué tan difíciles de sortear resultan? Es una interrogante que se responde a continuación.

4.3.2.2 Resistencia al cambio.

Uno de los ejemplos más representativos de resistencia al cambio dentro de Radio UNAM, se encuentra en octubre de 2000 cuando el entonces director de la emisora, Francisco Prieto, decidió reemplazar 20 programas, 17 de AM y 3 de FM.

Al momento de conocer la nueva carta programática, los conductores y productores afectados inmediatamente manifestaron su desacuerdo diciendo que se trataba de <<un "desmantelamiento", así como [de] una falta de sensibilidad por parte de los directivos, ya que no se les avisó de esta medida con anticipación y nadie les especificó las causas de las modificaciones>>.²⁰⁰

Prieto se defendió: <<"Sigo comprometido con mi proyecto de elevar la calidad y, mientras se respete permaneceré aquí, si no, renunciaré. Este proyecto no daña en lo absoluto lo que ya estaba antes, más bien, quiero rescatar lo mejor y enriquecer lo que tenemos con nuevas iniciativas, por ejemplo, aprovechar el radioteatro" >>.²⁰¹

Entre las series que iban a resultar perjudicadas se encuentran: *En alas de la trova yucateca*, *Panorama del jazz*, *Alma de concreto* y *Cien años de tango*.

Voces y canciones, *Átomo*, *Las grandes obras*, *Música de cine*, *Nuestra casa el mundo*, *Grandes intérpretes*, *Esta semana un compositor*, *La musa de los ruidos* y *Teatro para tus oídos*, se contaron entre las novedades fallidas porque para el día martes 3 de

¹⁹⁹ Ernesto Lamas, "El uso del lenguaje en una radio ciudadana", *Primer Congreso Internacional de la Lengua Española y los Medios de Comunicación*, Zacatecas, Zacatecas, 7-11 de abril de 1999 en <http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/radio>

²⁰⁰ Dora Luz Haw, "Salen 20 programas de Radio UNAM", *Reforma*, Sección Cultura, 2 de octubre de 2000 en <http://www.reforma.com/cultura/articulo/037593>

²⁰¹ Dora Luz Haw, "Se retractan directivos de Radio UNAM", *Reforma*, Sección Cultura, 2 de octubre de 2000 en <http://www.reforma.com/cultura/articulo/037794>

octubre se dio a conocer en algunos diarios capitalinos la cancelación del proyecto. Todo quedó como estaba en la radiodifusora universitaria.

“Sin haber tomado la llamada en tres ocasiones, al final, el director de Radio UNAM, Francisco Prieto, sólo confirmó mediante un asistente la decisión de dar marcha atrás al intempestivo cambio de programación. Tal desistimiento se había conocido antes en otras dependencias de la Universidad, cerca de las 15:00 horas de ayer”.²⁰²

De cualquier manera, Radio Universidad no dejó de ser noticia: el miércoles 4 Francisco Prieto renunció a su cargo.

En una carta dirigida al periódico *Reforma* el conductor de *Huellas de la historia*, programa transmitido por Radio Centro, explicó:

EL OBJETO DE ÉSTA ES HACER PÚBLICA MI RENUNCIA A LA DIRECCIÓN GENERAL DE Radio UNAM...Poder hacer tanto la digitalización como la reprogramación que hiciese presente la permanencia de una radio de excelencia era mi primer objetivo. El segundo, y obtuvimos los recursos también gracias a la comprensión del Dr. Juan Ramón de la Fuente, era que la estación se escuchase bien, ya que por buena que sea una programación, tiene que oírse so pena de haber hecho un trabajo inútil. El tercer objetivo consistía en reformas a la programación...La nueva programación la conocieron el coordinador de Difusión Cultural, Ignacio Solares, así como el señor Rector, don Juan Ramón de la Fuente, y fue autorizada. Al entrar nuevos programas tenían que salir otros y, y luego de más de dos meses de trabajo, el Comité de Programación hizo la evaluación de la programación conforme a la cual procedí. El resto de la historia es que fui luego desautorizado por las autoridades ante las reacciones de los afectados que trascendieron a la prensa. Como declaré al diario REFORMA, yo seguiría en el puesto mientras el proyecto pudiera llevarse a cabo...Considero que las transas han hecho demasiado daño al país. Cuando se me dio la orden de aplacar a los que me atacaban se me estaba obligando a transar, a un acto humillante, uno de esos actos propios de hombres que por tener un cacho de poder bajan la cerviz. Nunca lo he hecho en mi vida, no lo haré a mis 58 años. No soy una persona autoritaria y todos en Radio UNAM saben que mi puerta ha estado abierta siempre, he escuchado a quien se ha presentado...Si molestaron las decisiones, si se consideró que fueron apresuradas, reconozco que la radiodifusión tiene tiempos que no son los académicos y Radio UNAM es una organización radiofónica y no una Facultad. Respeté la tradición de Radio UNAM y paré intentos de censura. Hice lo que consideré mi deber respecto a la tradición de la emisora, a los hombres y las mujeres que construyeron su prestigio...

Atentamente
Francisco Prieto.²⁰³

De esta manera, Francisco Prieto cumplió su palabra: renunciar a la dirección de la emisora universitaria si no llevaba a cabo sus iniciativas.

<<Según un comunicado distribuido por la Coordinación de Difusión Cultural de la UNAM, su titular, Ignacio Solares, aceptó la renuncia de Prieto “en virtud de que consideró inadecuada la forma en que intentó aplicar los cambios de programación autorizados y plenamente respaldados por esta coordinación”>>.²⁰⁴

²⁰² Jiménez, Arturo, “Radio UNAM desiste de cancelar 20 programas”, *La Jornada*, 3 de octubre de 2000 en <http://www.jornada.unam.mx/2000/oct00/001003/03an2cul.html>

²⁰³ *Reforma*, Sección Cultura, 4 de octubre de 2000 en <http://www.reforma.com/cultura/articulo/038320>

²⁰⁴ *Reforma*, Sección Cultura, 5 de octubre de 2000 en <http://www.reforma.com/cultura/articulo/038634>

Al salir Paco Prieto, la estación universitaria quedó sin capitán al mando, pero este problema se resolvió la tarde del jueves con el nombramiento de Fernando Escalante Sobrino como nuevo director de Radio Universidad.

Durante la toma de posesión, Solares le solicitó a Escalante <<“consolidar el programa de reorganización y transformación de la estación universitaria con la inclusión de los nuevos programas aprobados, acorde con los tiempos de reforma institucional y cultural de la Universidad Nacional”>>.²⁰⁵

Al día siguiente, 6 de octubre, Fernando Escalante declaró a la prensa capitalina que iba a retomar varias de las propuestas dejadas por Prieto apoyándose en las decisiones de un Consejo conformado por colaboradores de Radio UNAM, académicos universitarios e intelectuales. Para no repetir información ya ofrecida en otra parte de la presente investigación, sólo se dirá que la emisora universitaria aún trabaja en este rubro.

A propósito de los acontecimientos referidos en Radio UNAM, Humberto Musacchio escribió en *La República de las Letras*:

“La emisora de la Universidad Nacional, Radio UNAM, requiere urgentemente de cambios. Parece obvio, pero no lo es dentro de la estación. Muy tarde lo supo Francisco Prieto, quien llegó a la dirección de XEUN y en cuanto intentó suprimir y sustituir programas se enfrentó a una férrea oposición interna que finalmente lo llevó a renunciar el pasado jueves...Mala cosa que la Universidad se muestre irreformable, como le ocurrió a la Real y Pontificia, que se suprimió en 1865, cuando ya era despreciada por todos”.²⁰⁶

Es imposible no estar de acuerdo con Musacchio. Lo observado en octubre de 2000 es muy ilustrativo en cuanto a la resistencia a las modificaciones que se vive en Radio Universidad.

Aunque los colaboradores de la estación universitaria, tanto internos como externos, saben que es necesario implementar múltiples cambios en la programación, cuando les tocan a ellos ponen miles de pretextos para no realizarlos, con razón o sin ella. Por tanto, si Prieto les hubiera avisado de sus intenciones con todas las formalidades que el caso exige, ¿no hubiera ocurrido lo mismo?

Francisco Prieto, al estar consciente de todos los problemas que le iban a suscitar sus decisiones, determinó tomar a la gente por sorpresa, quedando como el ogro de la película porque, a fin de cuentas, no obtuvo el apoyo prometido por parte de las autoridades universitarias por cuestiones políticas más que de cualquier otra índole como quisieron hacerlo parecer.

¿Por qué?

²⁰⁵ *Idem.*

²⁰⁶ Humberto Musacchio, *Reforma*, Sección Cultura, 8 de octubre de 2000 en <http://www.reforma.com/cultura/articulo/039282>

Prieto mismo lo dijo en su carta de renuncia *Respeté la tradición de Radio UNAM y paré intentos de censura*. No se necesita ser adivino para saber que esos “intentos de censura” vinieron de Rectoría y al ver que no contaban con Prieto para velar por sus intereses personales, decidieron poner a otro en su lugar, valiéndose de “la grilla” siempre presente en la radiodifusora.

En este momento cabe abrir un paréntesis. Una emisora universitaria debe ser una radio abierta, plural, respetuosa de las diferencias y democrática. La censura no debe existir y si las autoridades usan su poder para acallar las voces divergentes, no es extraña la profunda oscuridad en la cual se encuentra actualmente Radio Universidad Nacional.

Una vez dicho lo anterior, es pertinente indicar lo siguiente: la resistencia al cambio dentro de Radio UNAM, se alienta o se anula de acuerdo con la disposición de Rectoría para introducir o no variaciones a su emisora. Si Rectoría no está de acuerdo con las alteraciones o con quienes las encabezan utilizan a la gente afectada con el propósito de conservar todo tal cual está. Eso ocurrió en octubre de 2001.

Si por el contrario, existe el interés de llevar a cabo las reformas propuestas, no hay quien pueda impedirlo, aun cuando se cometan arbitrariedades y se perjudique a más de una persona. El ejemplo se encuentra en la administración de Fernando Escalante.

Para que entrara el programa de Ricardo Rocha de las 13: 00 a las 15:00 hrs. de lunes a viernes en las frecuencias 96.1 de FM y 860 de AM hubo necesidad de eliminar varias series, la mayor parte de divulgación científica, así como el turno de un presentador.²⁰⁷

Sin embargo, no se armó tanto escándalo ni se tuvieron tantos problemas, aun cuando la resolución de Escalante no fue adecuada ni tampoco estuvo de acuerdo con *los tiempos de reforma institucional y cultural de la Universidad Nacional* si se atiende a la carta que el locutor Esteban Escárcega envió a la revista *Proceso*.

El viernes 31 de agosto recibí, bajo protesta, el oficio DGRU/SP/330/2001, en el cual se me notificó que a partir del lunes 3 de septiembre “entraría al aire” un programa “en vivo” conducido por el periodista Ricardo Rocha, con horario de 13:00 a 15:00 horas, y que ese transmitiría por las frecuencias de AM y FM. En consecuencia, mi turno en cabina de FM quedó prácticamente cubierto por el programa del señor Rocha, por lo que se me informó de mi reasignación al área de producción.

Al abrir ese día mi último turno en cabina de FM, saludé a los radioescuchas y comenté que daría lectura al oficio antes mencionado...Pero no me fue posible hacerlo pues de inmediato el operador de cabina cerró el micrófono. Al percatarme de ello, me dirigí a ésta para reclamar por lo sucedido. Ahí se encontraba el ingeniero José Carmen Ramírez, quien intervino diciendo que había sido una orden del licenciado Fernando Escalante, director de la emisora.

A las 13:19 horas llegó a la cabina el jefe de la Unidad Administrativa, quien me ratificó que, “por orden del director, ya no se me daría micrófono porque había hecho mal uso de éste”. Esta arbitrariedad se cumplió al grado de que no se me permitió participar en el noticiero de las 15:00 horas....²⁰⁸

²⁰⁷ El Anexo 16 contiene la carta programática correspondiente a noviembre de 2001, si se le compara con el Anexo 13 del capítulo IV, podrá verificarse la salida de los siguientes programas: *Impulso Humano*, *La ciencia al día*, *Enfoque BBC de Londres*, *En la ciencia*, *Por pura curiosidad*, *La respuesta está en la ciencia*, *A la luz de la ciencia* y varios segmentos musicales.

²⁰⁸ *Proceso*, Núm. 1297, 9 de septiembre de 2001, p. 81.

Escalante también sabe de la dificultad para mover a las personas de sus puestos y lo conflictivas que aquellas pueden resultar, pero para él no hubo ningún problema, porque tuvo el soporte de las autoridades universitarias.

Por otro lado, no sólo cuando se trata de suprimir series hay problemas, también los hay en cuanto se quiere modificar la estructura de cualquiera de ellas, aunque sea para enriquecerlas.

Algunos titulares se resisten a cualquier cambio y señalan como razones: "así gusta el programa", "no hay tiempo ni personal para que me ayude", entre otras. Desde luego, muchos argumentos se pueden usar en su contra, mas de nada sirven porque nadie los obliga a atender las sugerencias marcadas y sí continúan bajo la creencia de que con llegar y sentarse frente al micrófono durante una hora acompañados de uno o dos invitados ya se cumplió la misión.

Y esto no es así, porque por muy interesante que sea una charla, la atención del escucha se puede perder en cualquier momento de la transmisión al no haber más elementos radiofónicos que le retengan.

Igualmente, los operadores -con sus excepciones- presentan resistencia al cambio porque no quieren hacer cosas que se salgan de lo normal o de lo tradicional o cuando la tarea les demanda un mayor esfuerzo. De los locutores, generalmente se cuenta con la disposición de todos ellos y hasta con su beneplácito en cuanto se les pide hacer algo diferente.

Del personal administrativo ni qué decir, trabajan de acuerdo a los tiempos de las oficinas universitarias y no a los de una emisora. Cuando se les exige lo segundo, inmediatamente se escudan en el sindicato y ante él nadie puede hacer nada.

En conclusión, de una u otra forma, siempre hay quienes no desean apartarse de los lineamientos seguidos durante tanto tiempo ya sea por no perder sus privilegios, sus pequeños círculos de poder, por costumbre, incluso hasta por pereza, etc. Parecen contentarse con ir a trabajar día tras día, tan mecánicamente como si fueran robots. Sin embargo, estos robots y sus productos ya se añejaron y resultan chatarra para los tiempos actuales.

La resistencia al cambio es un problema para la experimentación por todo lo que ésta implica y le está costando la vida a un medio de comunicación que por su naturaleza universitaria, debiera ser el más agitado, versátil y propositivo del cuadrante.

Ojalá se someta a la radiodifusora a las más intempestivas y auténticas reformas jamás hechas en su historia... y obtenga el apoyo de Rectoría, así como el de las demás autoridades.

4.3.2.3 Personal.

Continuando con el personal, pero desde otro punto de vista, conviene puntualizar que "(...) los ingenieros han hecho su trabajo y lo han hecho bien. No siempre, por desgracia, puede decirse lo mismo de los programadores, los periodistas, los productores y demás responsables de los contenidos de los espacios que animan las parrillas de programas de las emisoras de radio o las cadenas de televisión".²⁰⁹

La ausencia de recursos humanos altamente calificados en el área de la comunicación es una enfermedad que ataca a todos por igual. En el caso de Radio Universidad, es un mal siempre presente.

De acuerdo con indagaciones realizadas por la autora de esta investigación, en el Departamento de Grabaciones de Radio UNAM impera el personal que se ha hecho sobre la marcha, lo cual no es despreciable ni mucho menos, es sólo que no se han preocupado por seguir estudiando y actualizar sus conocimientos o buscar nuevas formas. Tal condición representa un freno para la creatividad y la experimentación, sumiendo a la estación en un constante ir y venir de gente que hace siempre lo mismo día tras día, semana tras semana.

Por eso, cuando alguien llega de fuera y su manera de trabajar origina una búsqueda de nuevas posibilidades se encuentra con gente que desconoce cómo llegar a ellas o que simplemente no quiere ni intentarlo. Por supuesto, esto no es aplicable a todos, aunque son los menos.

Pero el problema no únicamente se remite a los operadores de estudio ni a su falta de habilidad para con los controles técnicos, la gente de producción también se encuentra en esa situación.

El Departamento de Producción de Radio UNAM está conformado por empleados de confianza, de base y por honorarios.

El jefe y el subdirector de Producción se cuentan como trabajadores de confianza; algunos productores como de base y otros más como personal de pago por honorarios.

Entre el personal de base y de confianza se ubican aquellos con más edad y tiempo de antigüedad de la estación. La gente de pago por honorarios es, en su mayoría, joven y egresada o por egresar de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la UNAM.

En un inicio, algunas de las personas de confianza y de base trabajaron en otras áreas de la radiodifusora. Por ejemplo, el subdirector de Producción, Manuel Estrada, formó parte del equipo de operadores, mientras que una de las productoras de base, Isela Villela, estuvo frente a los controles de transmisión.

²⁰⁹ Fermín Bocos, "La radio y las nuevas tecnologías: avances y riesgos", *Primer Congreso Internacional de la Lengua Española y los Medios de Comunicación*, Zacatecas, Zacatecas, 7-11 de abril de 1999 en <http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/radio>

En lo referente a los empleados de pago por honorarios, muchos de ellos llegan a realizar su servicio social y se quedan a trabajar en caso de que haya alguna vacante.

Aunque todos han pasado por la Universidad, casi nadie cuenta con título profesional y su experiencia laboral en medios de comunicación no es muy amplia, generalmente.

Sumado a lo anterior, existe el problema de que en la emisora no se imparten cursos de capacitación o actualización de conocimientos y la gente no los busca fuera de la estación.

Así las cosas, el Departamento de Producción de la radiodifusora, lejos de tener personal altamente calificado, cuenta con gente poco preparada y experimentada, incapaz de explotar al máximo el medio. Con estas palabras no se pretende subestimar a quienes ahí laboran, pues cada una, dentro de sus posibilidades, da lo mejor de sí, pero para el tema que aquí se está tratando esto no es suficiente.

Por lo tanto, es evidente que a Radio Universidad le urge profesionalizar a su personal y contratar gente con vasta experiencia en los medios de comunicación masiva, particularmente, en la radio. Ello, con la finalidad de explorar nuevas opciones radiales porque de continuar como está, Radio UNAM no podrá salir del bache en el cual se encuentra.

4.3.2.3.1 Personal no calificado, causas.

4.3.2.3.1.1 Personal interno.

La falta de personal altamente calificado dentro de Radio UNAM se debe a dos razones: una, el reducido presupuesto de la emisora; dos, la inadecuada formación académica de la gente. Cabe hacer notar que, en lo sucesivo, se hará referencia al personal de Producción por ser este departamento en donde debiera dar comienzo el proceso de experimentación.

Como se ha dicho, Radio UNAM cuenta con 29 millones 557 mil 462 pesos de presupuesto y, de acuerdo con Escalante, la mayor parte se destina a los salarios de los trabajadores: "tenemos sobrecarga sindical y una carga no bien distribuida de personal de confianza, y los colaboradores no reciben el salario adecuado".²¹⁰

Comparativamente, Radio Universidad tiene más personal administrativo que de producción, y el salario de la gente de pago por honorarios del Departamento de Producción, por ejemplo, es "sumamente bajo", según sus propios comentarios. A la carencia de incentivos cognoscitivos se añaden los económicos.

²¹⁰ Columba Vértiz, <<Radio UNAM en "terapia intensiva">>, *Proceso*, 24 de junio de 2001, p. 76.

Bajo este contexto, la emisora no se puede permitir la contratación de personal más calificado porque no tiene suficientes recursos para pagarle, de ahí que se conforme con principiantes, universitarios, sí, pero a fin de cuentas, principiantes.

Es momento de hacer una acotación. Los universitarios son gente preparada - aunque con sus deficiencias-, imaginativa, propositiva y demás. Bien, pero si esas mentes creativas no tienen quién las dirija, alguien con experiencia, puede ser más lento e incluso equivocado su trabajo. Si por el contrario, existe alguien capaz de guiarlos y colocarlos en puestos donde se exploten con mayor provecho sus habilidades, pueden surgir grandes proyectos sin mucha pérdida de tiempo.

Por otra parte, aunque no es una excusa, la radiodifusora tampoco le puede exigir más a su personal, pues, al hacerlo, también tendría que darle algo a cambio: una mejor percepción económica, o cuando menos, cursos de capacitación y actualización.

Con respecto a esto último, Manuel Estrada, subdirector de Producción, señaló:

(...) ¿cómo capacitar cuando no hay recursos para pagarle a la gente que venga y profesionalice el trabajo de los compañeros? Lo que hicimos fue generar un plan general de capacitación, pero de manera autogestiva...Ante la falta de recursos de la emisora para capacitar al personal y desarrollar mayores habilidades en la producción, se fijó una cantidad mínima de aporte por persona para pagarle a un profesional y que nos diera un taller en dos días. Lo empezamos a hacer hasta los seis meses y después cayó por los cambios que se vinieron dando, sobre todo después del conflicto universitario. Hubo muchos cambios, no se comprendió la idea y la abandonamos.²¹¹

Lo anterior se llevó a cabo en el 2000 y hubo seis talleres. Es necesario decirlo: es una lástima que no se apoye ese tipo de iniciativas, pues las mejoras serían muy significativas.

En lo correspondiente a la inadecuada formación académica del personal de Radio Universidad y sin profundizar en este aspecto por considerarlo tema de otra investigación, se tiene lo siguiente:

"Nuestro país... aunque cuenta con destacados periodistas, es generalizada la opinión de que los medios de comunicación requieren profesionalizar a la mayor parte de sus cuadros".²¹²

¿Por qué?

Porque "las escuelas de periodismo y comunicación que existen en México no ofrecen los profesionistas capacitados que hoy requieren los medios para estar a la altura de una sociedad cada vez más demandante, porque no logran vincular su enseñanza académica con el ejercicio profesional".²¹³

²¹¹ Entrevista con Manuel Estrada, subdirector de Producción de Radio UNAM, enero de 2001.

²¹² Adriana Báez y Julia Patricia Pazarán, "Profesionalización de periodistas en México", *Para conocer a los periodistas*, p. 144.

²¹³ *Idem*.

Y ese parece ser el caso de nuestra Universidad, pues los egresados de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, salen a completar su formación académica en el ámbito de la práctica profesional.

En Radio Universidad, por ejemplo, la gente de la UNAM, generalmente llega a aprender todo del medio, incluso, hasta a hacer guiones. Bajo esta circunstancia, la estación universitaria cumple con la función del servicio social: acercar a los estudiantes con la realidad del campo laboral, aunque claro, lo hace con sus deficiencias.

Lo anterior se asevera atendiendo a los conocimientos limitados que pueden adquirirse en la radiodifusora por las razones antes expuestas, y porque, además, "(...) debo admitirlo, hay que hacer un programa mucho más estructurado con la gente de servicio social, pero realmente es también poco tiempo el que permanecen dentro de la emisora, lo cual permite poco tiempo, con la carga del trabajo, acceder a una capacitación mucho más profesional, más profunda y más cuidada".²¹⁴

A las palabras de Manuel Estrada se le encuentran algunas objeciones: el trabajo de la emisora no es tan excesivo, más bien lo que hace falta es una mejor organización y delegar responsabilidades al personal. Además, ¿para qué extender la duración del servicio social si lo que en la radiodifusora se enseña no requiere más de los seis meses considerados para dicho servicio?

Por todo lo expuesto, resulta urgente profesionalizar al personal de Radio Universidad o contratar a gente más capacitada a fin de cumplir con los fines de calidad, experimentación e innovación de los contenidos y, también, para convertirse en un mejor complemento de la enseñanza escolar.

Con respecto a este último punto, el director de Radio UNAM afirmó: "tenemos que formar cuadros y no estancarnos con la gente. Debemos ser como una escuela, o sea, deben venir a aprender a producir e irse a las radios privadas. Tienen que venir a aprender a ser reporteros e irse, tienen que venir a aprender locución e irse..."²¹⁵

En este sentido, brindar una enseñanza completa y de calidad debe ser la meta, aunque no necesariamente para que la gente se vaya a una radio privada.

4.3.2.3.1.2 Personal externo.

En lo correspondiente a los colaboradores externos, la situación no es mejor. Generalmente se trata de académicos, investigadores e intelectuales de la Universidad

²¹⁴ Entrevista con Manuel Estrada, subdirector de Producción de Radio UNAM, enero de 2001.

²¹⁵ Entrevista con Fernando Escalante Sobrino, director de Radio UNAM, marzo de 2001.

Nacional Autónoma de México que, movidos por una inquietud de dar a conocer su trabajo o su área de especialización, hacen de Radio UNAM un altavoz.

Lejos de preocuparse por los recursos y las técnicas del medio, llegan ante el micrófono y comienzan a hablar como si estuvieran impartiendo una cátedra y "producir programas culturales exige una competencia, una experiencia, un manejo de las técnicas de la radio...los académicos deben entender que tienen que aprender a manejar el medio antes de ir a la antena".²¹⁶

No se desdeña el trabajo de estas personas, quienes sin duda tienen mucho que ofrecer y pueden llegar a utilizar maravillosamente el medio, lo que es preciso señalar es la preparación a la cual deben someterse si su deseo es hacer uso de las ondas hertzianas.

En caso de no conocer la radio o de no tener intención de hacerlo es necesario rodearse de un equipo de colaboradores que sí domine el medio, así cada cual desarrollará la labor para la cual tiene habilidad.

La radio de la Universidad debe ser hecha por gente que sepa de radio. Los académicos, investigadores e intelectuales deben entenderlo y ajustarse a ello.

4.3.2.4 Sindicato.

En los apartados anteriores se ha señalado el problema que representa el exceso de personal administrativo para la emisora universitaria, motivo por el cual, resulta impostergable simplificar la plantilla laboral de Radio UNAM con el objetivo de contar con los recursos humanos y económicos indispensables a fin de mejorar su calidad.

A través del retiro de plazas se evitaría la frecuente duplicidad de funciones en todos los niveles, lo cual traería consigo un cambio en la forma de operar de la estación porque se delimitarían perfectamente bien los derechos y obligaciones de cada quien y, además, se establecería la posibilidad de sancionar cualquier incumplimiento como corresponde. A esto se añade que todos los procesos se acelerarían con la disminución de personal burócrata.

En cuanto a lo económico, se tendría que los recursos destinados a cubrir el salario del personal, cuyas funciones no son muy claras, podrían ocuparse en incrementar los ingresos de quienes se queden y así elevar su calidad de vida, e incluso, su competitividad laboral. También podrían emplearse para la contratación de gente más avezada en el trabajo radiofónico.

Conviene recordar que el subdirector de Producción, Manuel Estrada, comentó que la radiodifusora podría funcionar muy bien con casi la mitad de su personal actual (140

²¹⁶ Entrevista con Guy Riboreau, director del Servicio de Formación Internacional de Radio Francia Internacional, noviembre de 2001.

personas), y si en verdad aquella se transforma, requerirá contar con los elementos más eficientes, en la cantidad necesaria y con las mejores condiciones económicas.

Pese a lo descrito, existe un grave y, prácticamente, insalvable obstáculo: el Sindicato de Trabajadores de la Universidad Nacional Autónoma de México (STUNAM).

¿Cómo hacer que el STUNAM no tome medidas en contra de la difusora al exigir ésta la reubicación de empleados innecesarios o el desempeño óptimo de quienes permanezcan?

Es una pregunta sin respuesta, razón por la cual, los trabajadores sindicalizados se convierten en uno de los mayores conflictos para el cambio dentro de Radio UNAM, si no es que en el mayor de todos.

Así, no queda más que abogar por lo siguiente:

- 1) Un aumento en el presupuesto de la emisora.
- 2) Un acuerdo entre las autoridades universitarias y el STUNAM a fin de establecer parámetros rígidos para medir la eficiencia laboral, y en caso de que algún miembro del personal incurra en un determinado número de fallas, se conceda a la radiodifusora la capacidad para prescindir de sus servicios sin que el sindicato se interponga.
Con ello, todos tendrían las mismas posibilidades de conservar sus puestos, pero también, de perderlos con una base justa y sólida.

Así las cosas, en caso de ponerse en práctica las labores de experimentación, los responsables deberán identificar plenamente al público al cual se dirigen y los objetivos que se persiguen. Asimismo, deberán tener sumo cuidado en la administración de los recursos económicos otorgados, así como en la selección del personal y las producciones resultantes.

El fracaso, ya se dijo, es una posibilidad latente sobre todo porque –en ocasiones– las novedades no son comprendidas por los destinatarios, pero si se cuenta con personal altamente calificado para realizarlas es menos probable que eso suceda.

En conclusión, vista desde cualquier ángulo, la experimentación modifica la forma de vida que hasta ahora ha caracterizado a Radio UNAM, quizás por eso mismo es su instrumento de rescate. No obstante, es imposible pasar alto el importante obstáculo que representa el STUNAM, así como la disposición que las autoridades universitarias tengan para apoyar las iniciativas de su dependencia.

Las perspectivas para Radio Universidad, en este sentido, son poco promisorias.

4.4 Tecnología.

4.4.1 La radio digital.

Mejorar la calidad del sonido emitido ha sido una cuestión fundamental para los radiodifusores. Así nació la frecuencia modulada, la estereofonía, y más recientemente, la radiodifusión sonora digital (Digital Audio Broadcasting, DAB).

De acuerdo con Gabriel Sosa, comunicólogo e investigador radiofónico,

La DAB es un sistema de radio digital diseñado para prestar servicio abierto de radiodifusión, superior tecnológicamente a la radio de AM y FM.

Varias son sus características: sonido similar al disco compacto, eliminación de interferencias provocadas por señales que viajan en lugares densamente poblados o con obstáculos artificiales y naturales, así como capacidad para el manejo de un canal de datos en el que, por ejemplo, por medio de una pantalla de cristal líquido se pueda proporcionar información diversa, desde las siglas de la estación transmisora hasta información financiera especializada...²¹⁷

Cabe resaltar que la DAB, a diferencia de Multiradio Digital, el servicio de MVS Comunicaciones, puede ser captada sin necesidad de pagar una suscripción. La única condición estriba en contar con un aparato para frecuencias DAB. A esto se suma que las señales pueden recibirse tanto en lugares fijos como en movimiento.

Europa, por su parte, ha diseñado su propio sistema DAB: el Eureka 147. Este sistema

(...) consiste en transmitir una señal de alta calidad, con un sistema de codificación especial y un sistema de modulación digitalizado; es posible que se utilice tanto a nivel satélite, como a nivel terrestre en diferentes bandas de frecuencia...

Una de las ventajas de este sistema es que utilizando un solo transmisor, con un ancho de 1.5 MHz, es posible transmitir 6 diferentes señales, que pueden ser radiadas por una sola antena, y lograr con ello el mismo cubrimiento del área de servicio, para las 6 estaciones, lo que significa que tanto los costos de instalación, como de operación, pueden ser reducidos dramáticamente, ya que el mismo cubrimiento que se logra con una estación de FM, a máxima potencia, hace que se utilicen transmisores y antenas, cuya combinación maneja una potencia hasta 15 veces menor...²¹⁸

Otro sistema DAB es "in band" "on channel" (IBOC). Con esta tecnología de origen estadounidense

(...) es posible transmitir simultáneamente una señal analógica en un canal de AM o de FM con una digital comprendiendo la misma información, esto es, que utilizando la misma frecuencia de una estación y sin tener que cambiar de banda, se puede mejorar sensiblemente la señal que actualmente se produce, tanto en las estaciones de AM como en las de FM...

Con los sistemas IBOC cada radiodifusor conservaría su mismo mercado y aun cuando la señal sería mejorada no representa un cambio radical a un sistema de radiodifusión, sin embargo se requerirá, de lograrse, la fabricación de nuevos receptores que puedan sintonizar las señales digitales y las analógicas en forma simultánea...²¹⁹

²¹⁷ Gabriel Sosa Plata, "Atorada, la radio del siglo XXI", *Dígito Cero*, suplemento de *El Financiero*, 26 de noviembre de 1996, p. 10.

²¹⁸ Ramiro Garza, *La radio, presente y futuro*, pp. 235 y 236.

²¹⁹ *Ibid.*, pp. 236 y 237.

En tanto europeos y estadounidenses perfeccionan sus respectivos sistemas y se disputan el mercado internacional, los radiodifusores mexicanos se encuentran "(...) a la espera de que las autoridades lleguen a una definición sobre el tipo de tecnología estándar [la del viejo continente o la de la unión americana] que se habrá de utilizar en el país para realizar las inversiones necesarias que permitan la modernización de la industria y un tránsito hacia las tecnologías digitales".²²⁰

La pregunta es, ¿podrán todos los radiodifusores realizar la conversión tecnológica? Se está hablando de nuevo equipo e infraestructura, pero también de recursos humanos capacitados para su manejo, ¿están todos preparados?

4.4.1.1 Radiodifusión universitaria y conversión tecnológica.

Probablemente los radiodifusores privados sí puedan afrontar el reto de transformarse tecnológicamente; de quien se duda sea capaz de hacerlo es de *la otra radio*.

Lo anterior, se sustenta en lo siguiente: <<(...) para quitarse por fin la monserga de tener que destinar recursos para el sostenimiento de ese tipo de emisoras será aprovechar la entrada de la radio digital para dejar morir a las estaciones culturales por "inanición tecnológica", es decir, que las emisoras de ese tipo queden al margen de la operación con tecnología de punta y vayan saliendo poco a poco del aire>>.²²¹

No poder dar el salto tecnológico y desaparecer es un temor compartido por los representantes de *la otra radio*. La radiodifusión universitaria presenta el siguiente cuadro:

La modernización de sus estructuras tecnológicas es aún una asignatura por cumplir, como lo demuestran las condiciones precarias de sus equipos de transmisión, sus bajas potencias de radiación que en un 83% no sobrepasan los 1,000 vatios y los ámbitos locales, e incluso, de la ciudad capital, mientras que sólo el 17% de ellas transmite con equipos de mayor potencia. La distribución de permisos en las bandas públicas, sean éstas AM, FM y onda corta refleja también importantes situaciones de rezago dado que puede notarse que el 58% de las frecuencias corresponden a la banda de AM y sólo el 8.5% ha participado del traslado de la AM a la FM que en la radiodifusión comercial significa transmisiones *duplex* que autorizan a una emisora comercial de AM instalar una repetidora en la banda de FM. No obstante, el 34% de las transmisiones se realiza en FM. La onda corta, por su lado, ha dejado prácticamente de existir en el país...²²²

Esta información puede resumirse en dos palabras: atraso tecnológico. En este sentido, ¿cuál será el futuro de las emisoras universitarias en la era digital?, ¿desaparecerán por *inanición tecnológica*, sobrevivirán tal y como están o lograrán la digitalización?

²²⁰ Osiel Cruz, "Destinarán 10 bandas de radio a la investigación", *El Universal*, Sección Finanzas, 6 de octubre de 1999, p. D3.

²²¹ Revista etcétera: <http://www.etcetera.com.mx/rad66.asp>

²²² Irving Berlín Villafaña, "3. La radio; configuración del actor", *El Hilo de Ariadna*, septiembre-diciembre 1998 en <http://www.uady.mx/sitios/radio/ariadna/articulos/especial/radiouniv2.html>

En el peor de los escenarios, el mayor porcentaje de radiodifusoras universitarias quedará rezagado y en peligro de extinción ante la adopción, por parte de los radiodifusores privados, de los sistemas DAB. A esto se suma el que la gente, atraída por la novedad y la mejora en calidad de sonido, principalmente, preferirá sintonizar frecuencias DAB.

De esta manera, si antes de la existencia de la DAB las estaciones universitarias tenían un auditorio reducido, con la nueva tecnología quizás disminuya aún más. Por supuesto es probable que conserven a sus escuchas por fidelidad o tradición de éstos, pero ¿por cuánto tiempo?

Bajo estas circunstancias, las autoridades universitarias podrán argumentar que si anteriormente sus emisoras no estaban preparadas para competir por la audiencia, con el nuevo impacto tecnológico, menos. Esto conducirá rápidamente al cierre de las estaciones de las casas de enseñanza superior y la decisión será respaldada por el gobierno, pues si no hay escuchas, no hay razón de seguir gastando dinero en frecuencias que pocos atienden (relación costo-beneficio).

Otra posibilidad es que las emisoras universitarias continúen transmitiendo como hasta ahora lo han hecho en AM y FM, y atienda a aquellos sectores de la población incapaces de acercarse a la nueva tecnología en tanto esta no se masifique y el costo de los receptores esté a su alcance. Una vez que esto suceda, tal vez su suerte sea la de la Onda Corta: ser una radio sólo de aficionados.

Sin embargo, no todo está perdido. Aún falta que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes determine cuál sistema -si el europeo o el estadounidense- se va a utilizar en nuestro país, se inicie su adopción por parte de los radiodifusores y la población cuente con receptores para frecuencias DAB.

En ese tiempo, las estaciones universitarias pueden generar proyectos de interés general y nuevos formatos que les permitan convencer a las autoridades de su pertinencia e importancia en el contexto económico, político, social y de medios en el cual se desenvuelven, con el fin de obtener de aquellas la ayuda económica necesaria para su transformación tecnológica y, finalmente, su supervivencia.

Si además de lo anterior, dichas emisoras fueran capaces de diseñar y probar formas alternas de financiamiento, podrían contribuir con capital para su conversión tecnológica a fin de eliminar cualquier objeción de las autoridades en cuanto a sufragar en su totalidad los altos costos de la actualización.

Así, para entrar al mundo de la DAB, las radiodifusoras pertenecientes a Instituciones de Educación Superior deben desarrollar propuestas novedosas y atractivas en contenidos. Y entre más rápido lo entiendan y se pongan a trabajar, mejor.

Además, ¿para qué tener lo último de la tecnología si se siguen produciendo materiales en formatos ya caducos? Algo contradictorio, ¿no? Sin embargo, cabe la posibilidad de que esto suceda, particularmente con emisoras como Radio UNAM que, por

tradición, podría dar el salto tecnológico y mantenerse en el cuadrante aunque sus formatos continúen sin cambios significativos.

4.4.1.1.1 Radio UNAM y la tecnología.

Para Radio Universidad el contar con los últimos adelantos tecnológicos es un desafío que ya está encarando. Así lo demuestran las acciones encabezadas por el director de la emisora, Fernando Escalante.

Como se mencionó al final del capítulo III, se están cableando las instalaciones de la radiodifusora y se está equipando a todos los departamentos -Producción y Grabaciones en particular- con nuevas computadoras y software que posibilitarán la digitalización de los trabajos. Asimismo, se aumentó la potencia de FM a 100, 000 watts.

Aun cuando ello representa un importante avance, queda en el aire la resolución de un problema: la capacitación del personal. Ni los operadores ni los productores conocen el manejo de los programas de sonido. De hecho, cuentan empleados de la emisora que a la primer semana de haber instalado computadora y programas de sonido en uno de los estudios de grabación ya los habían descompuesto.

Lo anterior, indica lo urgente que resulta la capacitación en la materia. Si ya de por sí el atraso es bastante, la radio universitaria no puede dejar que sus trabajadores aprendan "con el tiempo" o "sobre la marcha". Si el problema de la capacitación es el costo de la misma, pueden ser más caras las composturas de las máquinas o, lo que es peor, que las dejen inservibles.

Si ya se tiene la tecnología, ésta debe adoptarse con prontitud a fin de obtener de ella el mayor provecho posible. La tecnología debe brindar más recursos para experimentar, no más problemas cuando se esté en el proceso de experimentación.

4.4.1.1.1.1 Una alternativa para Radio UNAM.

La adquisición de la tecnología representa un obstáculo para el desarrollo y fortalecimiento de la radio universitaria, pero ¿en verdad es un problema insalvable? No, lo que se percibe es una falta de voluntad.

En el caso de Radio Universidad Nacional, además de las formas alternas de financiamiento y la creatividad en contenidos, existe otra opción para solucionar su problema tecnológico: presentar una iniciativa por la cual la gente de la Máxima Casa de Estudios construya la infraestructura tecnológica necesaria para su mantenimiento y fortificación.

La UNAM cuenta con los elementos que se requieren para ello, tiene académicos, investigadores, laboratorios y egresan de ella ingenieros año con año.

Con lo anterior, la estación no sólo estaría a la vanguardia tecnológica, sino que también la Universidad podría empezar a ser autosuficiente; generaría profesionales y éstos producirían, en la medida de lo posible, los recursos materiales necesarios para el funcionamiento de la entidad educativa.

Lo antes dicho no significa cerrarse al mundo y negar la participación de elementos externos o no conocer y adquirir lo que hay fuera de la Universidad. Por el contrario, la investigación hará posible el conocimiento de otras opciones y el intercambio con otros organismos educativos o empresariales, incluso.

La cuestión es decidirse o seguir creyendo que no se puede. Por su puesto, en este sentido las autoridades son quienes tienen la última palabra, ¿será un "sí" o un eterno "lo estamos evaluando"?

Por otra parte, si las autoridades universitarias no quieren o no pueden apoyar la propuesta, Radio UNAM debe acercarse a otras instancias interesadas en el desarrollo del proyecto. Podría negociarse por intercambio de servicios o tal vez por deducción de impuestos. Las posibilidades son infinitas, únicamente hace falta una firme convicción para llevarlas a la práctica.

4.4.2 Internet y la radiodifusión universitaria.

International Network of Computers (Internet) es un fenómeno tecnológico, cuyo vigor es cada vez más patente en la sociedad globalizada. En el caso de los medios de comunicación ha traído consigo una movilización muy importante porque, por ejemplo, en sus páginas web la prensa escrita ya incluye audio, y la radio ya contiene imágenes y texto.

Tales hechos ofrecen a los teóricos material de trabajo para delimitar qué es radio, qué es prensa y qué es televisión, si acaso pueden seguir llamándose así o si es necesaria una nueva terminología al respecto. En tanto eso ocurre, es un hecho insoslayable la convergencia tecnológica, es decir, la posibilidad de conjuntar imagen, texto y audio en un mismo medio.

Actualmente muchas de las radiodifusoras que transmiten por la Red, incluyendo a las universitarias, están subutilizando los recursos ofrecidos por este canal de comunicación. La ley del menor esfuerzo que caracteriza a su programación dentro de la AM y la FM, con algunas excepciones, parece llevarse también a la web.

Desde esta perspectiva, la regla para las emisoras universitarias debe ser la misma que para sus frecuencias en las bandas de AM y FM: la búsqueda de la vanguardia en el

manejo de las herramientas brindadas por Internet con el fin de manufacturar productos totalmente innovadores, atractivos y de calidad.

La *red de redes* es una ventana al mundo, si alguien se asoma a una emisora universitaria mexicana y no encuentra algo interesante, es probable que nunca regrese. Si por el contrario, descubre elementos atrayentes, puede convertirse en una excelente carta de recomendación.

En este sentido, las radiodifusoras universitarias, y todas en general, enfrentan interesantes retos, ya que "el productor radiofónico actual y del futuro deberá, en consecuencia, trabajar sobre dos modelos de comunicación: uno direccional, tradicional y local a través de la transmisión de sonido por aire; el segundo, bidireccional, dialógico, alternativo y global por medio de los servidores interactivos aprovechables en la red".²²³

Este último modelo plantea una interesante interrogante "(...) ¿se deberá trabajar para el radioescucha individual que está frente a su computadora en algún lugar del mundo? ¿Se tendrá que pensar, como hasta ahora, en un lenguaje local o, por el contrario, universal?"²²⁴

Por si fuera poco, "(...) la comunicación instantánea, posible a través de las redes digitales de servicios integrados (RDSI), implica más y nuevos puntos de enlace con los radioescuchas"²²⁵ y saber explotar estas nuevas posibilidades de manera adecuada y novedosa es algo en lo que, también, deberán pensar los radiodifusores.

Así, la radio por Internet se abre como un nuevo canal de comunicación que debe ser aprovechado al máximo, aun cuando en nuestro país se trate todavía de un medio elitista, debido a las pocas personas con posibilidades de acceso a la Red.

A finales del año 2000, se registró un promedio de 3 millones de usuarios de Internet.²²⁶ Comparada la cifra con la población total del país de casi 100 millones de personas, parece insignificante. Sin embargo, México es considerado como un mercado con altas expectativas de crecimiento y, sin duda, los radiodifusores están conscientes de ello, incluso, muchos ya transmiten a través de la *red de redes*.

Según una clasificación de la investigadora Carmen Gómez Mont, hay tres variantes de radio vía web:

- a) Las estaciones propiamente radiofónicas que buscan traducir sus materiales a lenguajes digitales y que existieron previamente mediante ondas hertzianas, tal es el caso de la BBC, de Radio Francia, de Radio Red o Radio UNAM.

²²³ Gabriel Sosa Plata, "Ondas hertzianas e Internet en México", *Revista Mexicana de Comunicación*, julio-agosto de 1998, p. 9.

²²⁴ *Idem*.

²²⁵ *Idem*.

²²⁶ Vid. Martha Gómez Cruz, "¿Ya está México en Internet?", *Net@. El medio de las telecomunicaciones*, 30 de abril de 2001, en http://www.netaroba.com.mx/articulos1_126.htm

- b) Estaciones piratas que lucharon en el mundo electromagnético y que en Internet encontraron el espacio ideal para expandirse sin temer a la censura y la persecución.
- c) Estaciones que nacen propiamente en la red y que son netamente digitales...²²⁷

Sean cuales sean sus orígenes, todas ellas enfrentan el mismo reto: convertirse en la mejor, pues será tan grande la competencia como el ciberespacio. Por lo tanto, el valor agregado estará dado por su habilidad para manejar la imagen, la voz y el audio de forma ingeniosa y auténtica, así como por los servicios que ofrezcan.

4.4.3 Onda Corta.

Entre los satélites e Internet han dejado a la Onda Corta (OC) casi sin razón de ser; debido a ello, Radio Universidad, por ejemplo, ni siquiera se preocupa por tener un plan definido para esa banda o cuidar su buen funcionamiento. En esa situación se encuentran muchas frecuencias mexicanas.

En México existen autorizadas 17 estaciones de onda corta, de las cuales sólo cuatro funcionan regularmente, tres lo hacen de manera ocasional y las diez restantes permanecen inactivas...Las que transmiten una temporada sí y otra no son: XERTA, Radio Transcontinental de América, concesionada a Roberto Nájera Martínez (4800 Khz) en el DF; XEYU, Radio UNAM (9600 Khz), y XEQM, Candela, una estación concesionada al grupo RASA en Mérida (6105 Khz)...²²⁸

Pero la OC puede despertar nuevamente. De acuerdo con Gerardo Cotera, director de Radio Universidad de Monterrey (Radio UDEM), está por llegar la Digital Radio Mundial (DRM) una tecnología que no sólo la Onda Corta puede utilizar, sino también la Onda Media.

Sus ventajas son las siguientes: "la señal será constante; los aparatos van a venir con nombres, es decir, no hay que buscar frecuencias; cuesta menos potencia que la Onda Corta y la Onda Media, y mucha menos energía que las transmisiones vía satélite. Además, su costo es infinitamente menor"...²²⁹

Sin embargo, la sentencia es muy clara: "si fracasa la DRM, se acabará la Onda Corta"...²³⁰

La reacción de los radiodifusores hacia la DRM no puede predecirse. Si ya cuentan con satélite e Internet tal vez no quieran esta nueva tecnología, pero si efectivamente es

²²⁷ Carmen Gómez Mont, "La radio en la convergencia de las nuevas tecnologías", *Revista Mexicana de Comunicación*, septiembre-octubre 2000, p. 45.

²²⁸ Fernando Mejía Barquera, "Fox y los radiodifusores", *etcétera*, noviembre de 2000 en <http://www.etcetera.com.mx/3asp>.

²²⁹ Gerardo Cotera, discurso pronunciado en el marco de la ceremonia de inauguración del *Congreso Internacional de la Radio Universitaria UDEM '99*, "La radio universitaria frente al nuevo milenio", Universidad de Monterrey, Monterrey, Nuevo León, 20-24 de septiembre de 1999.

²³⁰ *Idem*.

más barata, se esperan movimientos interesantes en este sentido, no en cuanto a contenidos, pero sí en el otorgamiento o retiro de concesiones y permisos.

4.4.4 Desarrollo social y tecnología.

La tecnología juega actualmente un papel determinante en la difusión de la cultura y la extensión del quehacer de las Instituciones de Educación Superior (IES).

Auxiliándose de las nuevas tecnologías, la radio universitaria puede llegar a lugares y públicos amplios y diversos; ofrecerles elementos para mejorar su calidad de vida sin pretender consolidarse como un ente educador, sino formador, y contribuir a la recuperación o mantenimiento de su identidad cultural, entre otras.

Habrá quienes digan que eso es imposible porque la gente no tiene Internet o la posibilidad de bajar señales satelitales. Es cierto, pero otras radiodifusoras sí pueden hacerlo y extender los beneficios.

De esta forma, cobra sentido el comentario de la profesora e investigadora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, Delia Covi: "si bien es cierto que las nuevas tecnologías de información y comunicación (NTC) sólo están al alcance de algunos grupos sociales, es también discutible que, debido a las ventajas que éstas ofrecen, su empleo se va extendiendo hacia otros sectores de la población".²³¹

Aquí conviene detenerse para plantear esa pregunta tan a menudo hecha por investigadores y/o conferencistas, ¿la tecnología nos une o nos separa?

Es posible que la tecnología contribuya a la apertura de una brecha nada desdeñable, debido a la acentuación de las diferencias entre quienes la conocen y la tienen y quienes no. La desigualdad económica y educativa influye demasiado en este aspecto. No obstante, la tecnología también acerca a los individuos en tanto permite llevar hasta ellos información y conocimientos generados en otras latitudes.

En atención a lo anterior, las emisoras universitarias deben buscar en la tecnología no la satisfacción de su vanidad por el simple hecho de poseerla o mejorar su calidad sonora, sino la posibilidad de llegar a más gente y cumplir con su función social recordando que si bien es importante cubrir cada vez más territorio, esto de nada sirve si no hay contenidos interesantes, innovadores y de ayuda para la sociedad.

Bien empleada por las radiodifusoras universitarias, la tecnología puede convertirse en una herramienta de desarrollo social y no en un simple instrumento de presunción o manipulación con fines mercantilistas.

²³¹ Delia Covi Druetta, "Nuevas tecnologías de comunicación y vida cotidiana", *Universidad de México. Revista de la Universidad Nacional Autónoma de México*, julio-agosto 1999, p. 4.

4.5 Elite y masa.

A lo largo de este capítulo se han tocado aspectos que han representado serios obstáculos para el desarrollo de la radiodifusión universitaria y, particularmente, de Radio UNAM.

Ante ello, sólo resta saber qué tan receptivos están tanto los universitarios como el total de la población a los mensajes de una frecuencia universitaria o a qué dificultades habrán de enfrentarse dichas estaciones a fin de conseguir su atención.

Para tales fines es necesario ocuparse de la industria de la cultura, es decir, del nivel educativo de la sociedad, así como de los efectos que producen los medios de comunicación masivos sobre las personas.

Los prejuicios negativos de los sujetos hacia todo aquello que lleve el calificativo de *cultural*, así como la influencia nociva de los medios de comunicación privados y algunos pertenecientes al Estado son un par de desafíos que las emisoras universitarias deben afrontar con el objetivo de obtener el interés de los escuchas.

En lo referente al primer punto, el bajo nivel educativo de la población²³² determina, en buena medida, el pensamiento de las personas en cuanto a que lo cultural es para gente con estudios avanzados, y que, por si fuera poco, es aburrido. Desafortunadamente, las radiodifusoras universitarias contribuyeron a reforzar esa creencia.

Generalmente, las frecuencias pertenecientes a casas de enseñanza superior nacieron con el propósito de llevar el quehacer universitario y las manifestaciones culturales de mayor prestigio a la sociedad en su conjunto. A pesar de ello, terminaron enfocándose hacia otro tipo de público: el universitario, y no a todos los universitarios, sino a un grupo de ellos, el conformado por académicos, investigadores e intelectuales.

Lo anterior se debió a que las autoridades universitarias se desentendieron completamente de sus emisoras y las dejaron en manos del citado grupo. Éste, al no conocer el adecuado manejo del medio y utilizarlo para tratar temas acordes con sus áreas de especialización, convirtió las transmisiones en bloques enormes y pesados dando lugar a la idea de que la radio universitaria es aburrida y elitista, incluso, entre los estudiantes universitarios.

²³² Algunos indicadores son los siguientes:

- Las personas mayores de 51 años de edad han aprobado, en promedio, tres grados de primaria; y las de 25 años tienen alrededor de ocho grados de escolaridad.
- Pese a que las tasas de analfabetismo disminuyeron de 11 a ocho por ciento, 57 por ciento de la población mexicana es analfabeta funcional, porque aunque saben leer, escribir y matemáticas, en el entorno en que se desarrollan no les requiere su aplicación.
- Únicamente nueve estados de la República Mexicana están por encima de la media nacional educativa de 10 años de escolaridad.
- Existe un rezago de 38 millones de mexicanos mayores de 15 años de edad que no concluyeron el nivel básico.

Vid. Guadalupe Álvarez Santillana, "Educación: diagnóstico real y propuesta ideal", *Época*, 15 de enero de 2001, pp. 10-15.

Por otra parte, el entretenimiento “fácil” ofrecido por los medios de comunicación privados y algunos gubernamentales, acentuado por la importante penetración de éstos, convenció todavía más a lo sujetos de que la radiodifusión universitaria no era para ellos.

Por todo lo expuesto, es evidente el por qué la gente no se interesa en las estaciones universitarias.

Bajo este contexto ¿cuáles son las acciones que debe ejecutar la radio universitaria para propiciar el acercamiento de las personas hacia ella?

Por principio de cuentas, en el caso de Radio Universidad, ésta deberá contrarrestar, en lo posible, la influencia de los medios de comunicación masiva, fomentar en los individuos la búsqueda de alternativas, y por consiguiente, dirigir la atención hacia ella.

Al mismo tiempo, debe diseñar una estrategia por la cual ayude a entender a la gente que la cultura no es aburrida y elitista, sino que es algo vivo, presente en todo momento y perteneciente a todos.

Sumado a lo anterior, realizar una campaña de publicidad para mejorar la imagen de la emisora, dar a conocer sus producciones, y principalmente, para diferenciarla de Radio Educación es fundamental. Muchas personas creen que Radio Universidad y Radio Educación son lo mismo o desconocen la existencia de la primera. Por lo tanto, es urgente darle una personalidad propia a la estación universitaria y difundirla.

La publicidad puede llevarse a cabo a través de los órganos informativos pertenecientes a la UNAM tales como: revistas, gacetas, periódicos murales, páginas web, y al exterior de la Universidad, mediante convenios con otras empresas de comunicación, carteles en lugares públicos o inserciones pagadas.

No obstante, la batalla no será fácil porque hay un factor más contra el cual deberá contender Radio Universidad: los hábitos y costumbres de los sujetos con respecto a la radio.

Desafortunadamente, desde hace ya mucho tiempo, el encender la radio se ha convertido en un acto mecánico de la vida diaria, a veces con la intención de tenerle de fondo musical para el desarrollo de otras actividades o como fiel acompañante que no requiere mas que de una atención esporádica.

En este sentido, devolver el carácter de antaño, el carácter de ser escuchada y no oída.²³³, se convierte quizás en uno de los retos más importantes para la radiodifusión universitaria.

²³³ <<"Oír es un acto pasivo, automático, mientras que *escuchar* implica una atención despierta, activa, que formula preguntas y sugiere respuestas, que se anticipa a la acción futura que tal vez va a desplegar la audición. Oír no pone en juego más que a los conductos del oído. Escuchar engloba todo el circuito del pensamiento">>.
Fuente: María Cristina Romo Gil, *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*, p. 22.

¿Cómo hacer para que la radio, sin necesidad de apagar las luces y sentarse en una butaca, acapare la atención total de la audiencia?, ¿cómo hacer que la gente, sin abandonar sus ocupaciones, le dispense el mismo interés que a la televisión?

La respuesta, nuevamente, se encuentra en los contenidos, en el uso que se haga del medio.

Lo hasta aquí referido conduce a preguntar ¿puede la radio universitaria dejar de ser un medio elitista y convertirse en uno que atraiga a las grandes masas?

No, lo que sí puede es elevar su número de escuchas. La influencia de los medios de comunicación masiva, los hábitos que se tienen con respecto a la radio o el bajo nivel educativo de la población del cual resultan algunos de los prejuicios de las personas en cuanto a lo cultural se refiere, son factores que no van a mejorar o a desaparecer intempestivamente. Las actividades que emprenda Radio UNAM en torno a ellos van a ser de gran ayuda, pero no harán milagros.

Por otra parte, el hecho de que la radio digital (DAB) invada el espacio electromagnético con su calidad sonora superior y sus contenidos especializados, en un futuro no muy remoto, causará un fuerte impacto sobre la emisora universitaria si ésta no es capaz de ir a la vanguardia.

Por todo lo anterior, se concluye que Radio Universidad Nacional está destinada, por su naturaleza y objetivos, a dirigirse a la comunidad universitaria en general y a ciertos grupos sociales relacionados con ella, y esto, a fin de cuentas, la convierte en una emisora elitista.

Así las cosas, desde este momento Radio Universidad deberá "(...) partir de una selección de segmentos de la audiencia, la identificación de sus necesidades y posibilidades de desarrollo, el diagnóstico de sus prácticas de consumo cultural para definir las metas radiofónicas y la identificación de fuentes universitarias útiles para tales oyentes"²³⁴.

Con respecto a lo anterior, se presentan algunos indicadores que pudieran ser de utilidad.

En enero de 2001 Radio UNAM tuvo un promedio de 8 mil uno escuchas dentro y fuera del hogar; 4 mil 781 en FM y 3 mil 220 en AM. Las personas de 45 años en adelante sumaron 2 mil 886; las de 35 a 44 años, 2 mil 202, y; las de 25 a 34, 2 mil 064. Dentro de la población ubicada entre los 18 y 24 años, sólo 423 sujetos sintonizaron alguna de las frecuencias universitarias.²³⁵

²³⁴ Irving Berlín Villafaña, "6. Radios universitarias, ¿subversión en los mercados?", *El Hilo de Ariadna*, septiembre-diciembre 1998, en <http://www.uady.mx/sitios/radio/ariadna/articulos/especial/radiosuniv5.html>

²³⁵ Vid. International Research México, *Mediómetro Radio Ciudad de México*, enero de 2001.

Este último dato es de particular interés si se considera que alrededor de 54% de la población escolar universitaria (145 mil 135 alumnos de nivel licenciatura) se colocan en ese rango de edad.²³⁶ Está confirmado: Radio UNAM no está atendiendo al grueso de la comunidad universitaria: los estudiantes.

Todo ello significa que el nuevo proyecto deberá ser significativamente juvenil con el objetivo de atraer a ese enorme público de entre 18 y 24 años de edad, por supuesto, sin descuidar a los viejos y a los más jóvenes. La creatividad y la experimentación deben ponerse en marcha a fin de producir contenidos adecuados para todos.

Finalmente, no hace falta decir que en la Máxima Casa de Estudios se encuentra un número significativo de escuchas potenciales y que si se logra hacerlos cautivos de la emisora universitaria, ésta daría uno de los pasos más grandes de su historia, pues además de satisfacer los requerimientos de su público principal, estaría, en términos de audiencia, compitiendo con cualquiera de las estaciones más importantes del Distrito Federal.

²³⁶ UNAM, "Población escolar total 1998-1999. Licenciatura", *Resumen estadístico* en <http://www.estadistica.unam.mx/publicaciones/index.html>

CAPÍTULO V UNA PROPUESTA PARA RADIO UNAM

*El auténtico oscurantismo
no consiste en impedir la difusión de
lo verdadero, claro y útil,
sino en poner en circulación
lo falso.*

J. W. von Goethe.

5.1 Capitalismo y medios de comunicación masiva e identidad cultural.

Para la primera Escuela de Frankfurt, entre cuyos teóricos destacan Adorno, Horkheimer, Marcuse y Benjamín, la necesidad de un mecanismo de control a largo plazo a fin de consolidar económica y socialmente al modo de producción capitalista, ha llevado al establecimiento tanto de la sociedad de consumo como de su proceso ideológico central: la cultura de masas.

Así, “Sociedad de Consumo y Cultura de Masas representan para los autores de la Escuela de Frankfurt los fundamentos de la supervivencia del capitalismo en su nueva fase de capitalismo financiero internacionalizado”.²³⁷

En este contexto, según los frankfurtianos, “(...) las infraestructuras económicas (la industria de la cultura) funcionan como superestructuras ideológicas; y, a la inversa, las superestructuras ideológicas (los contenidos y mensajes) pasan a ser infraestructuras de un valor incalculable...”²³⁸

Preocupados por conocer “(...) el funcionamiento y los efectos que la alteración de las superestructuras están originando sobre la psicología y las actitudes colectivas”,²³⁹ Adorno y Horkheimer decidieron enfocar sus investigaciones en esa dirección.

²³⁷ Blanca Muñoz, *Teoría de la pseudocultura...*, p. 68.

²³⁸ *Ibid*, p. 73.

²³⁹ *Ibid*, p. 68.

Los autores de *Dialéctica del Iluminismo*

usan el término “industria cultural” para referirse a la mercantilización de las formas culturales producidas por el surgimiento de las industrias del espectáculo...

(...) argumentan que el surgimiento de las industrias del espectáculo como empresa capitalista ha dado por resultado la estandarización y la racionalización de las formas culturales, y a su vez este proceso ha atrofiado la capacidad del individuo para pensar y actuar de manera crítica y autónoma. Los bienes culturales producidos por estas industrias se diseñan y manufacturan de acuerdo con los objetivos de la acumulación capitalista y de la ganancia de utilidades; no surgen espontáneamente de las masas mismas, sino que más bien se hacen a la medida para consumo de las masas... “La industria cultural integra intencionalmente a sus consumidores desde arriba... las masas no son elementos primarios, sino secundarios, son un objeto de cálculo; un apéndice de la maquinaria”...²⁴⁰

Asimismo, Horkheimer y Adorno señalan que:

(...) la mayor parte de los productos de la industria cultural... son constructos simbólicos que se moldean de acuerdo con ciertas fórmulas preestablecidas y se impregnan de escenografías, personajes y temas estereotipados. No desafían ni se apartan de las normas sociales existentes; antes bien, confirman dichas normas y censuran cualquier acción o actitud que se desvíe de ellas. Los productos de la industria cultural se presentan a sí mismos como un reflejo directo o una reproducción de la realidad empírica, y en virtud de este “pseudorealismo” normalizan el *statu quo* y truncan la reflexión crítica acerca del orden político y social....²⁴¹

Y agregan:

Más que proporcionar un espacio simbólico dentro del cual los individuos pudieran desarrollar su individualidad y autonomía, este universo mercantilizado canaliza la energía de los individuos hacia el consumo colectivo de bienes uniformes. Los individuos se adaptan y ajustan al orden social existente por el deseo mismo de poseer los objetos producidos por éste, y por el placer que experimentan al consumirlos...²⁴²

En resumen, la industria de la cultura puede definirse como un proceso económico, pero también “(...) como un modelo de ideología hegemónica tan destructivo como efectivo”...²⁴³

Una consecuencia concreta de lo anterior, en el terreno ideológico, es la paulatina pérdida de la identidad cultural de las distintas sociedades.

Al organizar el consumo de la población, la industria del espectáculo, a través del control del tiempo de ocio, determina, a la vez, “(...) unas nuevas formas culturales simbólicas que afectan al conjunto de facetas de la vida de la población”,²⁴⁴ pues, de acuerdo con la Escuela de Frankfurt, propone “(...) valores, símbolos, códigos de conducta, etc., de fuerte carácter regresivo y primitivo”...²⁴⁵

²⁴⁰ Jhon Thompson, *Ideología y cultura moderna*, p. 108.

²⁴¹ *Ibid*, p. 109.

²⁴² *Ibid*, p. 110.

²⁴³ Blanca Muñoz, *Op. cit.*, p. 73.

²⁴⁴ *Ibid*, p. 77.

²⁴⁵ *Ibid*, p. 72.

Las mencionadas nuevas formas culturales no ejercen su influencia únicamente en el lugar donde fueron creadas.

En su afán por obtener mayores beneficios económicos, los medios de comunicación masiva, -generalmente empresas, cuyo origen se encuentra en las naciones llamadas del Primer Mundo- traspasan sus fronteras e <<" (...) inculcan sistemas de valores ajenos a los países de una región determinada, y amenazan a la larga con hacer desaparecer o anular los valores propios de dicha región. En este sentido puede decirse que el desarrollo no controlado de los medios de comunicación de masas pone en tela de juicio la reivindicación de numerosos países de su identidad cultural">>.²⁴⁶

Es motivo de preocupación la identidad cultural porque la falta de ésta " (...) puede llevar a las personas cada vez más a tener su imaginación afuera de su mundo y a constituirse cada vez más como sujetos individuales sin interés en su propio grupo social".²⁴⁷

Esto es, la pérdida de la identidad cultural conlleva una significativa disminución de las actividades de interacción e intercambio y la amenaza que ello representa, tanto a nivel individual como social, obliga a reflexionar y buscar soluciones. Para hacerlo es preciso ocuparse de una realidad cercana: México.

5.1.1 El caso mexicano.

En aras de "mantenerse a la vanguardia" o de no perecer, los medios de comunicación masiva de México han adoptado los paradigmas tanto de comercialización como de contenidos de los Estados Unidos de América -una primera potencia mundial- por ser esta nación la de mayor influencia sobre la nuestra.

La derivación de lo anterior es la imposición de una cultura ajena al mexicano, motivo por el cual

Bonfil Batalla plantea que nuestra sociedad vive una profunda contradicción en su alma cultural, pues mientras en el fondo el <<México profundo>> o nuestra civilización negada, compuesta por una milenaria realidad pluriétnica y pluricultural, lucha silenciosamente por reafirmarse y expresarse, el México de la modernidad, el <<México imaginario>> que se incorpora a la dinámica de la globalización oligárquica, pretende homogeneizar, estandarizar y masificar las concepciones, los deseos y las manifestaciones culturales en la comida, las expresiones, la música, los bailes, el vestido, las tradiciones, los afectos, los valores, el lenguaje, en una palabra, el universo de la vida cotidiana para crear condiciones más propicias para la expansión del mercado supertransnacional en nuestra sociedad.²⁴⁸

²⁴⁶ Enrique Guinsberg, *Control de los medios, control del hombre*, p. 52.

²⁴⁷ Ricardo M. Haye, "El impacto cultural de la radio", *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui* en <http://www.comunica.org/chasqui/#63.sep.1998>

²⁴⁸ Margarita Maas, "Una propuesta de educación para el desarrollo a través del patrimonio cultural", *Espacio de comunicación* 4, p. 328.

Sobra decir que la inclinación hacia el modo de vida “yanqui”, en todos los ámbitos, es cada vez más evidente en nuestro país.

Bajo estas condiciones ¿qué puede hacerse?

Ante todo, se debe defender la identidad cultural de la sociedad mexicana, pues si aquella se pierde "(...) correríamos el riesgo de matar su dimensión espiritual, su autoestima y su coraje".²⁴⁹ Si eso llegara a suceder, su posición como sociedad sería todavía más precaria frente al capitalismo y sus efectos.

¿Y qué o quién podría asumir el compromiso de proteger la identidad cultural nacional?

La radio.

5.1.1.1 Radio e identidad cultural.

La radio puede jugar un papel determinante en la recuperación y preservación de la identidad cultural, pues se trata de un medio con una gran capacidad de alcance y penetración, barato y fácil de producir.

Aunado a lo anterior, la radio explota al máximo el lenguaje oral, genera conocimiento e incita a la reflexión.

Al ser la palabra hablada su principal herramienta de trabajo, la radio, más que otros medios de comunicación, estimula la capacidad de percepción, imaginación y pensamiento de los individuos. El investigador Ricardo Haye dice al respecto:

(...) se puede hablar de la radio como de un medio anticartesiano, "que ofrece cierta resistencia (o al menos, que desafía) al complejo hegemónico *visual/audiovisual* de la cultura moderna y sus bordes posmodernos, instalando de paso modalidades de comunicación cercanas a las de las culturas orales. Es el medio menos moderno por este carácter y, acaso, el medio que más responde a ciertas formas de sensibilidad y socialidad no-modernas, y que por tanto preserva modos de imaginación, de percepción y de construcción del mundo diferentes a las instaladas por el método cartesiano."²⁵⁰

Por otro lado, la radio no sólo posee la aptitud de informar al instante de los últimos hechos o acontecimientos, también puede tratar acerca de sucesos y personajes del pasado, transmitir una gran variedad de música e inducir a la reflexión. Cabe resaltar que la reflexión puede ser muy trascendente en la radio, pues ésta tiene una mayor libertad de expresión que otros medios de comunicación.

²⁴⁹ *Idem.*

²⁵⁰ Ricardo M. Haye, *Op. cit.*

Así, cuando una persona tiene la oportunidad de saber acerca de su pasado y su presente y le dan la pauta para reflexionar acerca de ello, se vincula estrechamente con su contexto, pero, sobre todo, con los demás sujetos porque se establece un intercambio de opiniones y experiencias. Dicho intercambio se realiza a través de la palabra hablada.

Se hace énfasis en la comunicación oral porque <<"(...) el vínculo existente entre la oralidad y la experiencia, y la recurrencia de la oralidad a la experiencia, hace que la interlocución genere instancias de reflexión colectiva, y por consiguiente, constitución y reconstrucción de la identidad popular">>.²⁵¹

En conclusión, la radio, al hacer uso del lenguaje oral, proporcionar conocimiento y fomentar la reflexión, el intercambio y la interacción, se convierte en el medio idóneo para proteger la identidad cultural nacional.

5.1.1.1.1 El papel de *la otra radio*.

Pero ¿podría cualquier tipo de radio encarar el reto de salvaguardar la identidad cultural de México?

No.

La realidad es que las radiodifusoras privadas están más preocupadas por defender sus intereses, que por hacer algo no rentable y, más aún, en contra de sí mismas. En definitiva, quedan descartadas.

Entonces ¿las emisoras pertenecientes a *la otra radio*?

Efectivamente, sin contar, por supuesto, a las gubernamentales. Pero ¿qué oportunidades tienen de lograrlo?

La globalización de la economía y de los mecanismos de información, sumados a las tendencias internacionales de formación de grandes conglomerados multimedia genera indudables impactos ... en los proyectos públicos de comunicación para la educación y el reforzamiento de las identidades. (...) los medios públicos, educativos o culturales, deben asumir desde una marginalidad institucional, tecnológica y presupuestal, sus proyectos de servicio público con el fin de atender a sectores sociales muy específicos y también marginados de los grandes proyectos de comunicación masificada...²⁵²

Aun cuando el contexto se revela negativo y a éste se suman las propias condiciones de *la otra radio*, por demás adversas, ella debe sobreponerse lo más pronto posible y trabajar muy duro con los pocos o muchos recursos a su alcance.

De suceder lo contrario, su tarea será cada día más difícil porque <<la actual civilización, al ver acentuarse sus asimetrías y sus contradicciones requerirá eliminar el

²⁵¹ *Idem*.

²⁵² Beatriz Solís Leree (coord.), *Los medios públicos de comunicación en el marco de la reforma del Estado en México*, p. 51.

carácter crítico de la cultura e impulsar y expandir por todos los medios posibles aquellos elementos culturales que muestren las ventajas y el "bien" que se supone realiza el modo de vida que ha establecido>>.²⁵³

Por supuesto, debe quedar claro que si bien el rescate y/o preservación de la identidad cultural genera muchos esfuerzos y gastos económicos habrá quienes se decidan por ese México imaginario mencionado por Bonfil Batalla. En ese caso, lo importante será que el individuo haga su elección sobre la base del conocimiento y no por mera imposición repetitiva de los medios de comunicación masiva privados.

Ahora, volviendo a *la otra radio*, ¿cuál modalidad podría hacerse cargo del resguardo de la identidad cultural nacional?

La universitaria.

Como parte de sus deberes para con la sociedad que las sostienen, y de sus objetivos como instituciones de educación superior, las universidades están llamadas a velar por la identidad cultural de los sujetos.

Así, sus radiodifusoras, cuyos alcances van más allá de las aulas pueden cumplir con esa función social. Todos saldrían beneficiados: las personas porque conservarían o recuperarían su identidad, o cuando menos, la capacidad de elección, y las emisoras mismas porque -además de ayudar a preservar la citada identidad cultural- podrían incrementar y definir su auditorio y, en consecuencia, justificar su presencia y razón de ser no sólo ante las autoridades universitarias y gubernamentales, sino también, ante la sociedad en general.

5.1.1.1.1 Una propuesta para Radio UNAM.

Es el Distrito Federal el lugar ideal para que las frecuencias universitarias empiecen a trabajar en la preservación de la identidad cultural, así como en la conformación de un auditorio definido y participativo.

Lo anterior puede afirmarse atendiendo a la presencia de Radio UNAM en la entidad y a las características propias de la Ciudad de México como son:

- **Diversidad cultural.**- El Distrito Federal concentra una importante diversidad cultural debido al permanente movimiento migratorio. Quién mejor para hablar de su historia, lenguaje costumbres y demás, que sus propios actores. (Raíces y cultura).

²⁵³ Salvador Martínez Della Rocca (coordinador), *Educación superior y desarrollo nacional*, pp. 44 y 45.

- Centro económico, político y social.- Se localizan en la Ciudad de México las instancias de mayor influencia económica, política y social del país. Esto, aunado a un alto índice poblacional, lo convierten en un espacio propicio para el debate, la crítica y el análisis. (Reflexión).
- Sede de instituciones de estudios avanzados.- En la capital del país se encuentran prestigiosas instituciones educativas, culturales y de investigación. Sus especialistas y su información pueden ser de gran utilidad para la presentación de contenidos y argumentos. (Conocimiento).

De esta manera, Radio UNAM tiene ante sí un brillante papel a desempeñar, aunque -sin duda alguna- uno de los retos más importantes también. El reunir el conocimiento con la reflexión no es cosa fácil, como tampoco lo es el promover la participación de los individuos en algo que va más allá del entretenimiento y tiene relación con sus orígenes, su cultura.

La emisora tiene a su favor los siguientes puntos:

- Es una radiodifusora con más de 60 años de experiencia y respaldada por la institución educativa más importante del país, la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).
- Al pertenecer a la UNAM, ésta puede proveerla de estudiantes, académicos e investigadores que, con su saber en las diferentes áreas del conocimiento, contribuyan a dar seriedad y credibilidad a los contenidos radiados. Sobre tales bases, se puede construir el debate, la crítica y el análisis profundo de los hechos y/o acontecimientos, dándole al escucha la oportunidad de contar con más elementos para la toma de decisiones y la formación de su criterio.
- La UNAM imparte la licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Sus estudiantes y egresados pueden colaborar en la radiodifusora a través del diseño y realización de producciones innovadoras como parte de su servicio social, prácticas profesionales o por medio de un programa permanente, con valor curricular y creado exclusivamente para tales fines.
- Cuenta con la infraestructura técnica necesaria. Transmite en AM, FM, Onda Corta, Internet y por el canal 114 de Edusat.

Pero todo esto no es suficiente.

5.1.1.1.1.1 La estrategia.

Para encarar el desafío de preservar la identidad cultural, Radio UNAM debe diseñar una estrategia por la cual:

- Enseñe a la sociedad a ver, escuchar y leer a los medios de comunicación masiva.
- Abra sus micrófonos a la comunidad universitaria y a la sociedad en general.
- Se transforme a sí misma.

5.1.1.1.1.1 Enseñar a ver, escuchar y leer a los medios.

Este objetivo puede verse como muy pretensioso o casi imposible, sin embargo es la única manera de informar a las personas acerca de la amenaza que representan los medios de comunicación masiva como aparato ideológico y de promover el cambio de mentalidad de los individuos con respecto a ellos.

En este sentido, Manuel Estrada, subdirector de Producción de Radio UNAM, comentó:

(...) no estamos preparados para cuestionar y para ver a los medios como son y no como los grandes dictadores. Si en esa medida la población sigue viendo, escuchando y haciendo caso de dos o tres personas que ahora no sólo ponen en la mesa de discusión los problemas nacionales, sino que los juzgan y califican, si ante eso no reacciona va a ser muy difícil cambiar.²⁵⁴

Ante tal situación, la emisora universitaria debe ponerse en acción lo más pronto posible. ¿Cómo?

Impartiendo un curso de introducción a los medios de comunicación masiva y/o transmitiendo una serie dedicada al análisis de los medios.

Por lo que toca al curso de introducción a los medios,²⁵⁵ se considera pertinente que Radio Universidad Nacional, en conjunto con la Máxima Casa de Estudios, y particularmente, con la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS) comience una tarea de esta naturaleza.

En un principio, la iniciativa estará abierta al público en general, y en la medida en que crezca el interés de la población por ingresar al curso, la sociedad, dispuesta en grupos

²⁵⁴ Entrevista con Manuel Estrada, subdirector de Producción de Radio UNAM, enero de 2001.

²⁵⁵ Ya existe una iniciativa de este tipo a cargo del Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE) y la Universidad Pedagógica Nacional (UPN). Se trata de un paquete multimedia denominado "Curso de educación para los medios" que contiene, además de algunos cuadernos de trabajo,

- Un libro: Aparici, Roberto, *La educación para los medios de comunicación. Antología*, México, Universidad Pedagógica Nacional, 1997, 415 pp.
- Un audiocassette que consta de cinco cápsulas, a saber: 1 Imágenes sonoras, 2 Audiencia, 3 Lenguaje sonoro, 4 Actividades, 5 Ambientación.
- Un videocassette con tres videos: 1 La realidad y la imagen, 2 Mensajes y audiencia, 3 El juego de los medios.

Fuente: Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE).

u organizaciones, seleccionará a un máximo de tres representantes por cada uno de ellos, y aquellos a su vez, llevarán los conocimientos adquiridos a sus compañeros.

En lo referente a la comunidad universitaria, se establecerán planes de trabajo por facultades, institutos, escuelas, etc.

Radio UNAM fijará la duración y periodicidad de cada curso, así como el número de participantes.

En cuanto a transmitir una serie dedicada al análisis de los medios de comunicación, *El fin justifica a los medios* que se difunde los martes a las 21:30 hrs. a través del 1060 de AM (Radio Educación), es el único espacio radiofónico donde el tema principal son dichos medios. Por tanto, una propuesta de Radio Universidad al respecto no estaría de más y sí le daría al escucha la oportunidad de la elección.²⁵⁶

Radio UNAM ya ha hecho algunos esfuerzos en la materia. Fernando Curiel realizó a finales de la década de los 70 *No se pierda el próximo...*; en 1981 Mercedes Durand encabezó *Periodismo y literatura en el mundo*; Florence Toussaint se encargó de la serie *Bitácora de comunicación* en 1987, y la Coordinación de Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM de *Foro abierto* en 1988.

Cabe mencionar que *Periodismo y literatura en el mundo* no estaba enfocado hacia los medios de comunicación, sino que se abrió un espacio dentro del programa para tratar el tema.²⁵⁷

Si tanto el programa radiofónico como el curso se llevan a cabo, en ambos se debe hablar de qué son, qué hacen, cómo trabajan, transmiten ideología y manipulan la información los medios de comunicación privados y algunos pertenecientes al Estado.

De igual manera, debe cuidarse en demasía la presentación a fin de que ésta sea muy amena y, en especial, se debe buscar la atención del público infantil, pues en él deben sustentarse los cimientos de todo cambio.

Las dos alternativas deberán ser patrocinadas por la Universidad, así como por las diversas instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales dispuestas a ello.

Por último, es necesario resaltar que con la serie y el curso descrito, la gente no dejará de exponerse a los medios de comunicación, pero sí estará más consciente de lo que éstos le presentan y de cómo influyen en su persona.

²⁵⁶ De lado de la prensa escrita, *Milenio Diario* se ocupa de los medios de comunicación con las columnas *Ventana Ciega* de Claudia Segura y *El pozo de los deseos reprimidos* de Álvaro Cueva. Cabe destacar que, con la misma temática, los periodistas citados junto con Jaime Alfonso Sandoval, son titulares del programa *El Pozo* que se transmite por el Canal 40.

²⁵⁷ Vid. Gabriel Sosa Plata, "Señales de comunicación al aire", *Revista Mexicana de Comunicación*, julio-septiembre de 1999, p. 44.

5.1.1.1.1.1.2 **Abrir las cabinas de Radio UNAM.**

Es posible encontrar en la comunidad universitaria a gente interesada en contar con una emisora más cercana a ella, con la cual tenga una interacción plena.

Por otro lado, la sociedad actual reclama un espacio en donde expresar sus dudas, sus problemas y hasta sus logros dentro de cierta organización o grupo. Igualmente, precisa de un medio objetivo en la información y análisis de los hechos, pero que le permita participar de manera directa en los mismos.

Por diversas razones, a la comunidad universitaria y a la sociedad en general se les ha negado el acceso a los medios privados y a los pertenecientes al Estado, si no totalmente, casi siempre.

El periodista Ricardo Rocha pronunció al respecto: <<"hasta hoy transmitimos lo que dicen el gobierno, las empresas, los sectores que tienen recursos y poder... Hay que reconocer que los medios hemos contribuido a querer o no^[sic], a crear una ficción en donde sólo aparece la verdad oficial y la de aquellos que tienen algunas formas de poder... es uno de nuestros múltiples pecados">>.²⁵⁸

Para disfrazar tal hecho, los citados medios ceden los micrófonos al común de las personas durante contados segundos, mismos que son aprovechados, en la mayoría de los casos, para mostrar inconformidades. Eso no es suficiente ni lo mejor, por tanto, resulta imprescindible darle la palabra a quienes son los actores de la Universidad y la sociedad. Así, la radio universitaria se convierte en su opción.

Las frecuencias universitarias pueden y deben construirse a partir de las necesidades de los estudiantes, académicos e investigadores, así como de la sociedad en su conjunto, y reclamar no puntos de rating, sino personas en el sentido estricto del término.

"No sólo cada uno de los medios, sino cada una de las series debe partir de una necesidad específica que la sociedad [y la Universidad] de alguna forma va exigiendo. En esa medida es como tú puedes ir construyendo una radio o un medio a la medida de todos aquellos que esperan algo del medio".²⁵⁹

Así las cosas, convertir las cabinas de Radio UNAM en un foro para la comunidad universitaria y la sociedad es un asunto muy serio y, por consiguiente, debe cuidarse hasta el más mínimo detalle para que los objetivos del proyecto no se desvíen.

Por tal razón, se debe determinar a quiénes y cómo se dará el acceso a los micrófonos.

²⁵⁸ Ricardo Rocha, "El periodismo en riesgo de caer sólo en el interés comercial", comunicado de prensa del 15 de mayo de 2000 en http://www.bienalderadio.com/infobienal/boletin_2.htm

²⁵⁹ Entrevista con Manuel Estrada, subdirector de Producción de Radio UNAM, enero de 2001.

- "Si el ámbito de la radio universitaria es la Universidad, lo primero que tiene que reflejar es la Universidad...lo que sois en la Universidad".²⁶⁰ Debido a ello, antes que a nadie, se debe atender a la comunidad universitaria conformada por académicos, investigadores y estudiantes. También los egresados se ubican en esta categoría. Significativo interés debe ponerse en los miembros de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al ser ellos quienes puedan proponer contenidos y producciones innovadoras. Asimismo, las autoridades universitarias también merecen un espacio dentro de las frecuencias de la UNAM a fin de dar a conocer sus proyectos, acciones y resultados.
- En segunda posición se encuentran los diversos grupos y organizaciones sociales, artísticas, intelectuales o de cualquier otra índole, pues de acuerdo con la maestra Mercedes Durand, "en el siglo XXI la radio universitaria de México habrá de acercar su oído a la realidad social, adecuarse a la indudable presencia de la pluralidad cultural y pluriétnica de nuestro país...".²⁶¹

Desde luego, y como hasta ahora se ha venido haciendo, cada integrante de la comunidad universitaria o de la sociedad podrá participar de los programas transmitidos por Radio UNAM como invitado o colaborador bajo la responsabilidad del titular de la serie.

En el caso de querer contar con un espacio propio las condiciones varían. Los interesados deberán tomar un curso de capacitación radiofónica, en el cual, además de enseñarles los fundamentos básicos para el manejo de la radio, se les ofrecerá el de introducción a los medios señalado líneas arriba.

El curso de capacitación radiofónica culminará con la producción de un programa por parte de los asistentes y seguirá los mismos lineamientos que el de introducción a los medios, es decir, en un principio, la iniciativa estará abierta al público en general, y en la medida en que crezca el interés de la población por ingresar al curso, la sociedad, dispuesta en grupos u organizaciones de cualquier índole, seleccionará a un máximo de tres representantes por cada uno de ellos.

En lo correspondiente a la comunidad universitaria, se establecerán planes de trabajo por facultades, institutos, escuelas, etc.

La duración y periodicidad del curso serán establecidas por la emisora de acuerdo a sus tiempos y necesidades.

²⁶⁰ José Augusto Bentin, "Definición de la radio universitaria", *Congreso Internacional de la Radio Universitaria UDEM '99*, "La radio universitaria frente al nuevo milenio", Universidad de Monterrey, Monterrey, Nuevo León, 20-24 de septiembre de 1999.

²⁶¹ Gustavo Ayala, "Ser de la preferencia de los jóvenes alumnos, uno de los retos de la radio universitaria", *Gaceta UNAM*, 23 junio 1997, p. 11.

Cabe señalar que la asistencia a los cursos no debe verse como un obstáculo, sino como un mecanismo, que además de alimentar el acervo cultural, servirá para demostrar a la difusora el interés de los individuos por incursionar en ella.

Toda vez que hayan concluido los citados cursos, los participantes presentarán su proyecto de programa a las autoridades correspondientes de Radio UNAM.

Una plan de trabajo estriba en los siguientes puntos:

- 1) Radio UNAM buscará el apoyo económico o en especie de los diferentes organismos públicos y privados, nacionales e internacionales para sufragar los cursos de capacitación radiofónica e introducción a los medios, así como la producción y transmisión de los programas propuestos por miembros de la comunidad universitaria o por los grupos y organizaciones de cualquier índole.
- 2) Radio UNAM contribuirá con los tiempos de estudio necesarios para los trabajos de pre-producción, así como con un espacio dentro de su carta programática, en el horario y día conveniente, para la transmisión de cada programa elaborado por la comunidad universitaria o grupo u organización social, respectivo.
- 3) Radio UNAM convocará a la comunidad universitaria, así como a los grupos y organizaciones de cualquier índole, en la periodicidad, número y forma que considere pertinente, a participar de los cursos de capacitación radiofónica e introducción a los medios para que, al final de ellos, los asistentes sean capaces de manejar el medio y puedan hacerse cargo de la producción de un programa propio para ser transmitido por la o las frecuencias de Radio UNAM, previa la presentación y aprobación de su proyecto.
- 4) Una vez finalizados los cursos de producción radiofónica e introducción a los medios, la comunidad universitaria o los grupos y organizaciones de cualquier índole presentarán a la emisora una solicitud en la cual se indique el nombre de la dependencia universitaria o de su grupo u organización, así como el de las personas participantes, cuyo número no excederá de tres, para la producción y la transmisión de un programa propio. A la solicitud se anexará el proyecto.
- 5) Radio UNAM estudiará cada proyecto y hará las observaciones necesarias. Una vez que acepte el proyecto, señalará una fecha para la producción y transmisión del programa.
- 6) Radio UNAM asignará a un productor responsable de la serie.
 - a) En el caso de que los participantes no tengan la capacidad necesaria para hacerse totalmente cargo de su programa, las funciones del productor serán:

- Revisar los materiales escritos (cápsulas, reportajes, etc.), así como los sonoros (entrevistas, efectos, música, etc.) propuestos por los participantes.
 - Elaborar en conjunto con los participantes la estructura definitiva del programa. Las posibilidades de experimentación no serán excluidas.
 - Proveer los materiales necesarios para cada programa (cintas, discos, cassettes, etc.)
 - Coordinar los tiempos de estudio y supervisar las grabaciones.
 - Coordinar y vigilar la transmisión del programa.
- b) Si el equipo participante tiene experiencia en la radio o demuestra habilidad en el manejo del medio, las funciones del productor de Radio UNAM serán:
- Proveer los materiales necesarios para cada programa (cintas, discos, cassettes, etc.)
 - Coordinar los tiempos de estudio y estar presente en las grabaciones.
 - Estar presente en la transmisión del programa y coordinar la entrada y salida de éste a fin de no afectar la continuidad de las emisiones en general.
- 7) Radio UNAM nombrará a un conductor para la serie y a un especialista del tema por programa. El equipo participante podrá proponer a su propio conductor y especialista, pero será la radiodifusora quien los apruebe o no. Asimismo, los participantes deberán elegir a dos representantes para acudir ante el micrófono, y a un tercero para hacer las veces de productor.
- 8) La comunidad universitaria o los grupos y organizaciones de cualquier índole únicamente cubrirán los gastos que ocasionen la elaboración de copias de sus programas y, en caso de haberlos, los daños causados a las instalaciones de Radio UNAM.

Aunque el ideal para este tipo de emisiones es dejar en manos de los participantes la total responsabilidad de la serie, esto no es conveniente ni para ellos ni para las frecuencias universitarias pues a éstas se les convertiría

(...) en una caja de resonancia de problemas sociales de su contexto. Se abren los micrófonos a distintos grupos para que puedan expresar sus situaciones y la tendencia es hacia la denuncia de las desigualdades y de las contradicciones. Cuando esto crece se tiende a dejar de lado lo que la misma

universidad podría aportar, tanto por lo que saben sus especialistas como por la comunicación de la información que se acumula en sus dependencias.²⁶²

Así, para garantizar el equilibrio de los contenidos, se especifica la injerencia de las autoridades de Radio UNAM, así como de los especialistas en los diversos temas, del conductor y del productor; ellos guiarán, cada cual desde su posición, los tópicos y el rumbo de cada programa sin desatender las necesidades de los participantes ni las de los escuchas.

Hasta aquí la propuesta de abrir las puertas de Radio UNAM, a través de una serie hecha por y para la comunidad universitaria y la sociedad en general.

5.1.1.1.1.1.3 Transformar a Radio UNAM.

Este tercer punto de la estrategia es el más trascendental porque en su seno guarda a los dos anteriores. No se puede educar para los medios ni abrir los micrófonos de Radio Universidad Nacional si antes ésta no ha experimentado una reforma total.

Para lograr dicha reforma, se necesita de un nuevo proyecto y éste no parece estar muy lejos, debido a que la misión del actual director de Radio UNAM, Fernando Escalante Sobrino, es "refundar la emisora... sacarla de terapia intensiva..."²⁶³

A fin de dar paso a una completamente renovada Radio UNAM, Escalante se ha propuesto desaparecer todo lo que no sirva, reestructurar y mantener aquello que tenga altas expectativas e integrar novedades.

¿Quiénes y cómo lograrán lo anterior?

El personal de Radio Universidad hará un balance de las condiciones administrativas, técnicas y programáticas de la emisora, y los resultados los entregará a un Consejo Consultivo conformado por colaboradores de la estación radiofónica, académicos e intelectuales reconocidos.

Ellos analizarán la información e incluso pondrán en tela de juicio los objetivos que hasta ahora rigen el quehacer de Radio UNAM a fin de establecer qué tan factibles resultan en la actualidad. Posteriormente, darán origen al nuevo proyecto de la radiodifusora.

Es necesaria una anotación. Pese a que la intención de instalar el Consejo Consultivo fue manifestada en octubre de 2000, éste aún no existe formalmente, aunque cabe mencionar que ya se integraron a él:

²⁶² Daniel Prieto Castillo, "Las emisoras universitarias frente a las transformaciones de fin de siglo", *El Hilo de Ariadna*, enero-abril de 1998 en <http://www.uady.mx/sitios/radio/ariadna/articulos/emisoras.html>

²⁶³ Entrevista con Fernando Escalante Sobrino, director de Radio UNAM, marzo de 2001.

(...) Diego Valadés, director del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad; Margo Glantz, escritora; Gerardo Ferrando, director de la Facultad de Ingeniería; Alfredo Adam, miembro de la Junta de Gobierno de la UNAM; Vicente Quirarte, poeta y crítico literario; Malena Mijares, directora de Literatura de la UNAM, y Néstor Martínez Cristo, director general de Comunicación Social de la Universidad.²⁶⁴

Una vez dicho lo anterior, si bien se coincide con la necesidad de elaborar un nuevo proyecto, éste debe ir de acuerdo con el perfil de la comunidad universitaria y la sociedad en general, para lo cual, no se considera conveniente que sean los trabajadores de Radio UNAM, académicos e investigadores de la Máxima Casa de Estudios, así como intelectuales ampliamente reconocidos quienes integren el Consejo.

Se acepta la instauración de un Consejo (sin el calificativo de Consultivo), en tanto éste se entienda como un cuerpo que organice el quehacer de Radio Universidad conforme a los requerimientos de la comunidad universitaria y de la sociedad en su conjunto, y en donde sean los especialistas en medios de comunicación, particularmente de la radio, y sin ninguna relación laboral con la UNAM, quienes determinen las acciones a seguir.

La gente arriba mencionada deberá fungir como asesora en las materias que le competen, y la opinión de los estudiantes universitarios deberá ser tomada en cuenta en todo momento.

De esta forma, en la presente investigación no se concibe al Consejo como:

- a) Un organismo de representantes y defensores de los intereses de las autoridades universitarias.
- b) Una nueva versión de Consejos existentes en el pasado, los cuales, no fomentaron cambios significativos.
- c) Una instancia que obstaculice la entrada a Radio UNAM de gente y proyectos nuevos como sucede con el organismo similar de Radio Educación. De acuerdo con opiniones de gente que ha presentado iniciativas dentro de esa estación radiofónica, la posibilidad de que no sea rechazado un proyecto externo a la emisora es, prácticamente, nula. En caso de que sea aceptado, las condiciones impuestas no son alentadoras, pues quien lleva el proyecto únicamente tiene derecho a elaborar el guión del programa y por una mínima cantidad de dinero.

Por otro lado, si el Consejo llega a cobrar vida se sugiere nombrar una comisión - externa a la UNAM- encargada de vigilar que se atiendan sus sugerencias, pues por mucha disposición existente por parte de Radio Universidad Nacional, siempre habrá alguien que con sus actos demuestre lo contrario.

En lo correspondiente a contenidos, se ha señalado ya la imperiosa necesidad de contar con nuevos formatos sin abandonar el tipo de temas, lenguaje y música que

²⁶⁴ <<Radio UNAM a "cirugía mayor">>, *El Metro*, Sección Reportaje, 29 de junio de 2001, p. 27.

caracterizan a la emisora universitaria. Igualmente, se ha hecho énfasis en que la nueva programación deberá atender a la población mayoritaria de la comunidad universitaria: los estudiantes.

En materia de tecnología y financiamiento, ya se han estudiado las posibles soluciones que podría adoptar Radio Universidad. No obstante, varias de ellas dependen más de la UNAM que de su emisora.

Así las cosas, quedan cubiertos casi todos los puntos a considerar por quienes elaboren el nuevo proyecto de Radio UNAM, ante lo cual, sólo resta subrayar la labor política de quien dirija la estación radiofónica, pues será clave para su buen funcionamiento.

El titular de Radio Universidad deberá establecer excelentes relaciones con el STUNAM, pues de ello depende el que la radiodifusora emprenda su transformación, pero también, con las autoridades en general, desde las universitarias hasta las gubernamentales, a fin de fijar los límites de injerencia de éstas en el quehacer de la emisora.

Una radio que fomenta la crítica y la participación directa de los escuchas, es una radio frecuentemente llamada "al orden", incluso censurada, y en ocasiones, silenciada; es todo un riesgo. Por tanto, Radio UNAM deberá encontrar el equilibrio en sus transmisiones y sostener buenas relaciones con los representantes de todos los sectores, con la finalidad de tener los menos problemas posibles.

No solamente los nexos políticos deben considerarse, también deben fomentarse aquellos que puedan aportar recursos económicos, cursos de capacitación, intercambios de materiales, etc.

Aunado a lo anterior, el conformar una red de estaciones universitarias es vital. Enseguida, se expondrá esa cuestión.

5.1.1.1.1.1.3.1 Creación de la red de radiodifusoras universitarias.

Radio Universidad Nacional, atendiendo a su carácter pionero y modelo a seguir por sus homólogas de los diferentes estados de la República, debe acercarse a ellas e impulsar su cohesión.

Ello significa conformar una red de emisoras universitarias en la cual, incluso, estén presentes las estaciones de las universidades privadas "(...) de tal suerte que las fragilidades individuales se conviertan en una -por lo menos- mayor capacidad de resistencia a las situaciones adversas, y superar esa condición de mera resistencia, en un impulso colectivo hacia la mejoría".²⁶⁵

²⁶⁵ Miguel Ángel Granados Chapa, ponencia presentada en la mesa redonda "La radio universitaria frente al nuevo contexto nacional", *Reunión de Radiodifusoras Universitarias*, Radio UNAM, Ciudad de México, 8 y 9 de noviembre de 2001.

Es complicado. Gerardo Cotera, director de Radio Universidad de Monterrey, confesó en la ceremonia de clausura del *Congreso Internacional de la Radio Universitaria UDEM '99* que a "(...) las radios universitarias mexicanas es difícil reunir las, hubo invitación a todos los miembros del SINPRIES, radios educativas, profesionales de comunicación... Hemos sentido más apoyo de las radios internacionales que del SINPRIES, ANUIES, y otras agrupaciones de México..."²⁶⁶

Sus palabras, aunque dichas en otro contexto, no dan lugar a dudas: no hay unión entre las emisoras universitarias ni apoyo por parte de las autoridades y organismos que supuestamente están encargados de impulsar su trabajo y superación conjunta como instrumentos de difusión cultural. **Anexo 17.**

Esta situación no puede prolongarse indefinidamente, las frecuencias universitarias deben encontrar la manera de vincularse entre sí con o sin el apoyo de algún organismo o, de lo contrario, sus esfuerzos seguirán siendo aislados, débiles y, en consecuencia, faltos de importancia por más interesantes que sean.

El nuevo proyecto de Radio UNAM es el pretexto perfecto para buscar el acercamiento con las demás estaciones de la modalidad radiofónica universitaria. Ellas pueden apoyar la construcción de aquél con sus opiniones y experiencias ¿y por qué no? esa acción podría servir como punto de partida para realizar otras tareas.

La oportunidad está ahí, deben aprovecharla respetando siempre sus diferencias, demostrando su carácter universitario.

"Si las radioemisoras universitarias han de prevalecer, y es necesario y es posible que prevalezcan, sólo lo harán fructuosamente, eficazmente, en asociación, en trabajo vinculado de manera permanente".²⁶⁷

²⁶⁶ Gerardo Cotera, discurso pronunciado en el marco de la ceremonia de clausura del *Congreso Internacional de la Radio Universitaria UDEM '99*, "La radio universitaria frente al nuevo milenio", Universidad de Monterrey, Monterrey, Nuevo León, 20-24 de septiembre de 1999.

²⁶⁷ Miguel Ángel Granados Chapa, *Op. cit.*

CONCLUSIONES

Desde la perspectiva de la *Teoría Crítica* de la Escuela de Frankfurt, esta investigación se dio a la tarea de analizar no sólo a Radio UNAM, sino a los factores tanto internos como externos que la condicionan e impiden su desarrollo.

En la hipótesis del proyecto que dio origen a este trabajo se señalaron los elementos tecnológicos y financieros como los principales obstáculos para la radio universitaria. Sin embargo, ambos son tan sólo pequeñas aristas de un cuerpo aún más complejo.

Para sobrevivir, el sistema capitalista precisa de instrumentos que le permitan mantener el control sobre las personas en la ideología y en la práctica, a fin de que éstas respondan a sus intereses.

El aparato que mejor ha cumplido con tales objetivos, con sus excepciones, han sido los medios de comunicación masiva que se encuentran en manos privadas.

Éstos se han encargado de manipular a los sujetos mediante la publicidad y el entretenimiento “fácil”, haciendo de ellos seres homogéneos en gustos y formas de pensar, pasivos, acríticos, adheridos al orden establecido, altamente influenciables, con cada vez menos conciencia histórica ante el constante bombardeo de información, con raíces culturales a punto de ser sólo un recuerdo, etc.

La imagen, así como la vertiginosa evolución tecnológica, entre otros aspectos, les han facilitado la labor a los medios y les han otorgado un poder inaudito.

Pudiera creerse que el sistema educativo contrarresta la influencia de los citados medios de comunicación, a través de la transmisión del conocimiento. Aunque de cierta forma lo hace, no lo realiza en la forma y magnitud necesarias. De hecho, puede decirse que refuerza algunos conceptos ideológicos y formas de comportamiento adecuadas para el modo de producción dominante.

Este binomio conformado por los medios de comunicación privados y el sistema educativo, mismo al que los frankfurtianos denominaron *industria cultural*, ha demostrado una eficacia colosal en México. Prueba de ello, es la apatía en la cual se ha sumergido la sociedad nacional.

Sin embargo, no sólo la sociedad ha padecido los efectos del capitalismo, también los medios de comunicación, distintos a los privados, han sufrido sus consecuencias.

La radio universitaria mexicana, -perteneciente a *la otra radio* y, por ello, opuesta a la privada, comercial o concesionada-, ha sido cuidadosa y constantemente abatida a fin de que no se constituya en una amenaza para el sistema. Las encargadas de tal empresa han sido las autoridades gubernamentales del país.

Como participantes directas de la *industria cultural*, -pues son quienes dictan las políticas educativas para la nación y cuentan con medios de comunicación propios que, lejos de ser diferentes, buscan la semejanza con los privados-, las autoridades están obligadas a defenderse a sí mismas y al orden establecido del cual forman parte, aún a costa de lo que para ellas debiera ser lo más importante: la sociedad.

En este sentido, la radio universitaria ha sido catalogada por las autoridades gubernamentales como *peligrosa* para el status quo y han ejercido presión sobre los mandos universitarios, mediante el presupuesto, por ejemplo, para que marginen a sus emisoras y supriman cualquier intento de superación por parte de ellas.

En el caso de Radio Universidad Nacional Autónoma de México, para cumplir con tales fines, las autoridades universitarias han emprendido diversas medidas en contra de la emisora, a saber: la trasladaron de Ciudad Universitaria a las actuales instalaciones de Adolfo Prieto en la colonia Del Valle; le otorgaron un presupuesto apenas suficiente para el pago de salarios; la dotaron de una enorme plantilla laboral –especialmente en lo administrativo-; le impusieron personal directivo con poca o nula idea de lo que es la radio, y dejaron en manos inexpertas la producción de sus programas, en la mayoría de los casos.

Asimismo, se permitió el fortalecimiento de la burocracia sindical, el establecimiento de posiciones de poder, el envejecimiento de los recursos técnicos y, en general, el que la inercia y la ley del menor esfuerzo se apoderaran de la estación.

A ello, se añade el que las autoridades universitarias utilizaron –y utilizan- a los trabajadores inconformes o a los directivos –casi siempre amigos o gente que les debe algún favor- para frenar cualquier iniciativa de quienes laboran tanto dentro como fuera de la radiodifusora.

De esta forma, Radio UNAM es hoy, en general, –para beneplácito de las autoridades gubernamentales- una emisora con formatos obsoletos, de carácter elitista al sólo interesar a académicos e investigadores universitarios, defensora de las posturas oficiales y, por tanto, ajena a una gran mayoría de estudiantes de la Máxima Casa de Estudios y de la sociedad en su conjunto, hasta tal grado, que hay quienes desconocen su existencia.

En particular, un hecho que marca el gran deterioro de la estación radiofónica es el siguiente: en el paro de labores de 1999, la población estudiantil de la UNAM no hizo de Radio Universidad su instrumento de difusión e información, sino que creó una radiodifusora denominada *Ke Huelga!*, cuyas deficiencias fueron claras, pero que de cualquier manera representa el intento de los jóvenes por contar con un organismo afín a ellos.

Otros mecanismos de los cuales se han auxiliado las autoridades gubernamentales para impedir que la radiodifusión universitaria fructifique y pueda poner en riesgo al sistema son: no tipificar a las emisoras pertenecientes a las Instituciones de Educación Superior dentro de la Ley Federal de Radio y Televisión; autorizarles contados permisos de transmisión y bajas potencias; no promover reformas que representen una mejora financiera para ellas, etc.

Con la llegada al poder del Partido Acción Nacional en el 2000, hubo esperanzas de que cambiara la actitud del Estado mexicano hacia las frecuencias universitarias. No obstante, los hechos sucedidos en los dos primeros años de gobierno del Presidente Vicente Fox, revelan que todo permanecerá del mismo modo que como en tiempos del Partido Revolucionario Institucional.

Así las cosas, es poco susceptible de llevarse a cabo la solución propuesta en esta investigación, encaminada a lograr la recuperación de la modalidad radiofónica universitaria y que ésta se convierta en una opción atractiva para los radioescuchas: la experimentación basada en ideas originales.

En el cuarto capítulo de este documento, se indicó que la experimentación para la subcategoría universitaria, y Radio UNAM en especial, era condición indispensable para la existencia de nuevos y atractivos formatos que permitieran el acercamiento hacia ella de la población en su conjunto y de la comunidad universitaria, primordialmente, de los estudiantes.

Al incrementar su audiencia y demostrar su utilidad, la radio de los centros de enseñanza superior estaría en posición de justificar su presencia y razón de ser ante el Estado, las autoridades universitarias, la comunidad universitaria, la sociedad en su conjunto y los medios de comunicación.

Sin embargo, para que la experimentación tenga lugar es menester contar con recursos financieros adecuados, reducir la plantilla laboral, tener personal altamente capacitado en el quehacer radiofónico y, especialmente, obtener el apoyo de las autoridades universitarias para realizar los cambios pertinentes, pues ya se ha visto que si éstas prueban las modificaciones emprendidas, nada ni nadie puede evitarlas.

Algunos factores que al exterior de Radio Universidad Nacional impiden lo anterior son:

- Las autoridades gubernamentales.

Como ya se ha visto, las autoridades gubernamentales no consideran pertinente que la radiodifusión universitaria prospere. Una razón para ello es que la suponen una promotora importante de movilizaciones sociales.

La inquietud de las autoridades gubernamentales respecto a la amenaza que significa la subcategoría universitaria para el orden establecido tuvo su origen,

principalmente, en el papel jugado por la emisora de la Universidad Nacional Autónoma de México durante el movimiento estudiantil del 2 de octubre.

En aquellos días, Radio UNAM se convirtió en vocera de la información y los puntos de vista no oficiales, poniendo en entredicho a las autoridades y asegurándose con ello un creciente número de escuchas.

Las autoridades gubernamentales, al advertir que la radiodifusora se estaba convirtiendo en un medio de comunicación peligroso y que sus homólogas podrían reproducir el modelo, decidieron acabar con él y con todas las posibilidades de que la historia volviera a repetirse.

Desde entonces, el camino de por sí arduo para esta modalidad radiofónica, se tornó más complicado todavía.

Otro motivo por el cual las autoridades gubernamentales no pueden permitir el fortalecimiento de la radio universitaria, es el referente a su compromiso de velar por el libre desarrollo de los demás integrantes del sistema, y para los cuales, la radio universitaria pueda constituirse en un obstáculo. Tal es el caso de los medios de comunicación privados.

Es claro que si las emisoras universitarias se vuelven del gusto de los radioescuchas, los empresarios de la radio perderán audiencia y, por tanto, clientes potenciales para los productos y servicios anunciados a través de sus frecuencias.

Por si fuera poco, las mermas económicas de los radiodifusores se traducirían para las autoridades gubernamentales en altos costos políticos, mismos que deben ser evitados a cualquier precio. No debe olvidarse la dependencia del Estado hacia los medios de comunicación, especialmente, privados.

Como consecuencia de todo lo anterior, las autoridades gubernamentales frenarán todo tipo de iniciativa que vaya en beneficio de las emisoras universitarias.

- Las autoridades universitarias.

En el pasado, los mandos universitarios se vieron obligados a aceptar las condiciones impuestas por las autoridades gubernamentales. Con el paso del tiempo, por conformismo, temor o comodidad no se han atrevido a romper su alianza con el Estado y, en el futuro próximo, es poco probable que ello suceda.

De este modo, es difícil que acepten negociar con el Sindicato de Trabajadores de la Universidad Nacional Autónoma de México (STUNAM) la reubicación de empleados innecesarios para la emisora, o bien, que incrementen el financiamiento a la misma.

El reacomodo de trabajadores no podría ocurrir, porque la UNAM tendría conflictos con otras de sus dependencias que posiblemente quisieran hacer lo mismo. El aumento a

los recursos económicos, tampoco. Además de la presión a la que están sujetas las autoridades universitarias por parte del Estado, actualmente aqueja a nuestro país una crisis económica que alienta los “recortes” presupuestarios. Contrario a lo esperado, las áreas que primero resultan afectadas son las de cultura y difusión.

Por tales razones, las autoridades universitarias se rehusarán -cuando menos a corto plazo y para fines experimentales- a ampliar las asignaciones económicas a la Dirección General de Radio UNAM.

En cuanto a obtener su aprobación para las reformas programáticas requeridas, esto se daría en función de los contenidos de las nuevas emisiones y de quiénes estén al frente de ellas. Asimismo, habría que considerar quiénes son los titulares de los programas que se pretenden desaparecer y cuál es su relación con las autoridades universitarias. Mas no se puede ser muy optimista al respecto, debido al conflicto de intereses implicado.

- El desinterés por el medio radiofónico en general.

La radio ha sido objeto de descuido tanto en la teoría como en la práctica, y en los tiempos por venir, se espera que esta tendencia se acentúe.

Cuando todavía la radio no era lo suficientemente explorada, surgió la televisión y los empresarios decidieron canalizar sus esfuerzos hacia ella. Como resultado, la fórmula música-locutor-comerciales fue aplicada a la radio. Posteriormente, reanimaron su existencia con las series de carácter informativo.

Pese a la marcada ausencia de nuevos formatos, la radio ha sido un negocio redituable para los empresarios, y de continuar así, los concesionarios no invertirán en investigación.

Relacionado con lo anterior, en un mundo fascinado por la imagen y los multimedia, un medio unisensorial como la radio, tiene día a día menos atractivo para los individuos y, por ende, reducidas oportunidades de desarrollo.

De esta forma, si bien la radio es un medio que vivirá por mucho tiempo, no lo hará con grandes diferencias, salvo en calidad de sonido, segmentación de mercados y la consiguiente especialización de contenidos.

Así, una modalidad radiofónica como la universitaria, cuya función social y cuya necesidad de encontrar formatos innovadores para cumplirla es tan imperante, tiene ante sí una baja probabilidad de crecimiento.

Por otro lado, uno de los retos que al interior de Radio UNAM restringe las posibilidades de experimentación es:

- EI STUNAM.

El exceso de empleados administrativos, la falta capacitación del personal creativo, así como la carencia de recursos económicos son ejemplo de los problemas que enfrenta la radiodifusora de la Máxima Casa de Estudios.

Al deshacerse del personal innecesario y destinar los recursos reservados a él para capacitar y mejorar los sueldos de quienes permanezcan en la estación o para contratar a trabajadores más avezados en la creatividad radiofónica, la emisora universitaria poseería a la gente adecuada en número y forma.

A pesar de las muchas ventajas que se derivarían de lo anterior, la presencia del STUNAM hace de ello tan sólo una ilusión, porque ni la Universidad aceptará negociar con el Sindicato la reubicación de empleados, ni el Sindicato permitirá que se perjudique a sus afiliados.

De esta manera, con el lastre que significa la burocracia sindical tanto en lo económico como en la forma de trabajo -que corresponde más a una oficina universitaria, lenta y llena de vicios, que a un medio de comunicación-, unas autoridades universitarias dominadas por el Estado, un Estado preocupado por sí mismo y los intereses privados, y todo ello enmarcado por el descuido teórico y práctico que ha caracterizado a la radio, hacen de la experimentación algo inalcanzable para Radio UNAM.

Ahora bien, si acaso la estación universitaria no se diera por vencida, y con su personal y recursos a su alcance lograra experimentar y hacer producciones de mayor calidad, éstas no obtendrían el respaldo para salir al aire, salvo alguna excepción, y por lo demás, insuficiente. De aquí que cualquier esfuerzo sea considerado como una pérdida de tiempo y los intentos de superación sean cada vez menos.

Por lo hasta aquí expuesto, las perspectivas para Radio Universidad Nacional, basadas en la experimentación, no son muy halagüeñas; de hecho, *pesimistas* sería el término más adecuado.

A pesar de ello, las declaraciones de Fernando Escalante en cuanto a “rescatar a Radio UNAM de *terapia intensiva*” mediante un nuevo proyecto, parecen abrir una posibilidad para la emisora que él preside. Sin embargo, deben tomarse con cierta reserva las intenciones del directivo, entre otras razones, por su falta de claridad con respecto a la tendencia del nuevo proyecto, y a su determinación de constituir un Consejo con características similares a otros que no han tenido éxito.

En repetidas ocasiones se ha dicho que las radiodifusoras universitarias iniciaron sus transmisiones antes de contar con un proyecto en el cual fundamentaran sus actividades. En muchos casos eso es cierto.

Radio Universidad Nacional, por ejemplo, fue formándose a sí misma con base en la experiencia cotidiana y teniendo como única referencia los lineamientos que en su

inauguración le marcara Alejandro Gómez Arias. No obstante, esa forma de trabajo ya no tiene cabida en el mundo actual.

En el presente, Radio UNAM precisa de un proyecto claro y bien definido, capaz de evolucionar al ritmo de los cambios políticos, económicos y sociales, a fin de responder a las necesidades que éstos van suscitando en los sujetos. Un proyecto que, además, tome en cuenta todos los aspectos que entorpecen el avance de la radio universitaria (sindicales, financieros, técnicos, de autoridades, de la audiencia, etc.) y que ya fueron analizados en su momento.

Desde este punto de vista es que se coincide con Fernando Escalante en crear un nuevo proyecto para la emisora universitaria, y en que sea un Consejo el encargado de ello.

Aunque Escalante no ha manifestado la tendencia que el proyecto pudiera tener, en lo correspondiente a esta investigación se considera la existencia probable de dos tipos de iniciativas para Radio Universidad, dependiendo de quiénes integren el Consejo:

- 1) Social, por ésta se promoverá la crítica, el análisis, la reflexión, la participación directa de la comunidad universitaria y de la sociedad en general y;
- 2) Con tendencia hacia la divulgación científica y las bellas artes.

Es posible que la segunda opción tenga mejor acogimiento que la primera y sea respaldada por la entidad educativa. Pero aún así, el apoyo siempre será menor al necesario porque no conviene que Radio UNAM adquiriera una verdadera relevancia, pues al hacerlo, es susceptible de alcanzar un cierto grado de confianza en sí misma y de comenzar a inmiscuirse en asuntos que las autoridades consideran como *delicados*.

En lo concerniente al Consejo, el titular de Radio UNAM piensa delegar la responsabilidad del nuevo proyecto en un organismo conformado por investigadores y académicos de la UNAM e intelectuales de gran renombre. A dicho organismo lo denomina *Consejo Consultivo*.

No obstante, Escalante debe saber de la existencia de los Consejos anteriores al que él convoca. Aquellos fueron similares al suyo y no funcionaron. Entonces ¿por qué insistir en instaurar un cuerpo con personajes de características ya referidas y que ya ha demostrado su ineficacia?

Si en verdad la meta de quien dirige Radio UNAM es “fundar nuevamente a la emisora”, manufacturar un proyecto nuevo, los métodos para hacerlo también tienen que ser diferentes. Las experiencias previas deben servir para no cometer los mismos errores.

En todo caso, apoyando la idea de constituir un Consejo (sin el calificativo de *Consultivo*), aquí se piensa que deben ser especialistas en medios de comunicación, particularmente de la radio, y sin ningún antecedente laboral dentro de la UNAM, quienes lo integren. Ellos deberán elaborar el nuevo proyecto de la estación radiofónica con base en

las necesidades que les expresen los estudiantes, fundamentalmente, y la sociedad en su conjunto.

Por su parte, los intelectuales, investigadores y académicos de la UNAM deberán fungir, única y exclusivamente, como asesores de los profesionales de la comunicación en las materias que les competan.

Un factor más para desconfiar de la persona e iniciativas de quien encabeza la Dirección General de Radio UNAM es la incongruencia entre sus actos y sus palabras.

En la entrevista realizada a Fernando Escalante en febrero de 2001, éste manifestó su desacuerdo con el hecho de que en la estación se copiaran modelos de radio comercial. Sin embargo, siete meses después, él lo hizo al llevar a Ricardo Rocha a la emisora universitaria, argumentado que con ello se buscaba, entre otras cuestiones, explorar nuevas formas de hacer radio, experimentar.

Cabe recordar que, en aquellos días, en la radio privada estaba teniendo lugar un notorio movimiento de figuras periodísticas de una estación a otra y, por supuesto, Escalante quiso hacer lo mismo firmando un convenio con Ricardo Rocha, el cual, por cierto, nunca fue explicado en todas sus partes.

Con esa acción, el directivo no sólo emuló a la radiodifusión comercial, sino repitió lo que en los 60, principalmente, hizo destacar a la emisora universitaria: hacer una radio de figuras. Esto es, Radio UNAM ya no sólo se vería engalanada por Miguel Ángel Granados Chapa y su *Plaza Pública*, sino también por el periodista Ricardo Rocha, quien, es necesario decirlo, nunca llegó a la experimentación dentro de su espacio.

Asimismo, el distanciamiento existente entre los hechos y las palabras no es exclusivo de Escalante Sobrino, sino también, de Difusión Cultural de la UNAM, entidad a la cual se encuentra adscrita la radiodifusora.

Durante la toma de posesión de su cargo, Fernando Escalante recibió de Ignacio Solares la solicitud de respetar las formas y los tiempos de la emisora, en correspondencia con los de la propia Universidad. Tiempo después, el ya entonces director de Radio UNAM retiró, arbitraria e intempestivamente, la barra de divulgación científica para que ingresara la serie de Ricardo Rocha a la programación.

La particularidad de este asunto es que a pesar de las quejas de los afectados, Difusión Cultural no hizo nada, contrario a lo sucedido con el antecesor de Fernando Escalante. Ello significa dos cosas: 1) la petición de Solares sólo sirvió para justificar la renuncia de Francisco Prieto; 2) el apoyo o represión a los cambios se da en función del juego de intereses implicado en el momento.

Lo expuesto siembra una duda: si en ésta su segunda vez al frente de Radio UNAM, las acciones y palabras de Fernando Escalante no son congruentes, y sus ideas respecto al

nuevo proyecto de la emisora y al Consejo no son convincentes, entonces ¿qué fue a hacer allí o qué está haciendo?

Primera respuesta: Escalante con su Consejo Consultivo, su conducta abierta, receptiva y dispuesta al cambio, lo que pretende es decir que la radiodifusora se manifiesta irreformable, y por tanto, condenada a muerte por esa causa.

Si las autoridades universitarias manejan con astucia la situación podrían hacer creer que Radio UNAM ya no tiene remedio para dejarla tal cual está o eliminarla definitivamente. Sin embargo, quien conozca las circunstancias reales de la estación, podrá saber entonces que todo fue una representación para eliminarla del cuadrante.

Segunda: fue a conservar el orden de cosas que Francisco Prieto, amenazó con destruir, razón por la cual el propósito de elaborar un nuevo proyecto nunca va a concretarse. Sólo se trató de un ardid para calmar los ánimos.

Pese a este temor y a las numerosas dificultades que la radio universitaria tiene, en esta investigación se propuso un objetivo general para el nuevo plan de trabajo de Radio UNAM: *salvaguardar la identidad cultural de los mexicanos.*

En la realización de este objetivo, la emisora retoma el papel de los libros - considerando que en nuestro país la lectura no es una prioridad para sus habitantes-, cumple su función social e involucra a mayor cantidad de personas posible.

La idea se apoya en las cualidades de la radio en general y de la radio universitaria en particular, así como en el contexto social mexicano caracterizado por la subordinación de México respecto a los Estados Unidos en cada aspecto de la vida, específicamente en el cultural, debido a la actividad de los medios de comunicación masiva, generalmente.

En cuanto a la radio, puede decirse que es un medio de comunicación con gran capacidad de alcance y penetración, barato, fácil de producir y con una mayor libertad de expresión que otros medios.

Al ser la palabra hablada su principal instrumento de trabajo, la radio, más que ningún otro medio de comunicación, estimula la capacidad de imaginar, percibir y pensar de las personas, así como la necesidad de comunicarse oralmente entre ellas.

De igual modo, la radio puede informar al instante de los últimos hechos o acontecimientos, hablar acerca de sucesos y personajes del pasado, proyectar el futuro y transmitir toda clase de música.

Entre las fortalezas de la radiodifusión universitaria, y en especial de Radio UNAM, se encuentran: los recursos humanos y el saber provenientes del centro de enseñanza superior al cual pertenece, así como su ubicación geográfica. Se localiza en el Distrito Federal, considerado el centro económico, político y social más importante de México,

donde existe, además, una trascendente diversidad cultural y una gran cantidad de instituciones de estudios avanzados.

Los atributos tanto de la radio como de la subcategoría universitaria, se sintetizan en la posibilidad de proporcionar conocimiento y fomentar la reflexión y la participación social. Todos ellos elementos indispensables para proteger la citada identidad cultural

¿Por qué salvaguardar la identidad cultural de los mexicanos?

Se considera que una de las tareas sustanciales de la radiodifusión universitaria es defender a los sujetos de las acciones del Estado y el capital, con la finalidad de que aquellos no pierdan definitivamente la conciencia de quiénes son y cuáles son sus orígenes, y sí mantengan las actividades de interacción e intercambio necesarias para vivir en sociedad.

Como estación perteneciente a un centro de enseñanza superior, Radio Universidad no puede ni debe hacer a un lado a quienes en él trabajan y lo que en él se produce. Por su responsabilidad social, tampoco puede dejar fuera a la población en su conjunto.

En este sentido, la pérdida de la identidad cultural se presenta como un problema compartido, en mayor o menor medida, por la comunidad de la Máxima Casa de Estudios y la población en su conjunto. Por su parte, la radio universitaria se erige como un instrumento que contribuye a su solución.

Sin embargo, aunque *salvaguardar la identidad cultural de los mexicanos* es un objetivo que involucra a los distintos sectores de la población, la realidad es que el bajo nivel educativo de la mayoría de las personas, así como la influencia nociva de los medios de comunicación privados, en general, son factores que dificultan el llevar a cabo este tipo de cometidos.

De ello se desprende la posibilidad de que Radio UNAM, al poner en práctica objetivos como el aquí sugerido para cumplir con su función social, sólo sea atendida por un público específico. No obstante, la emisora universitaria no debe cejar en su lucha por diversificar su audiencia. Algunas acciones a emprender son:

- 1) Sensibilizar a los individuos en cuanto a que la radio, sobre todo la universitaria, debe ser escuchada y no oída;
- 2) Generar contenidos veraces, fáciles de entender, amenos, atractivos, equilibrados y variados, sin descuidar los objetivos de *salvaguardar la identidad cultural y servir de extensión del quehacer universitario*. Este segundo cometido es inherente a Radio UNAM por el simple hecho de pertenecer a la Máxima Casa de Estudios;
- 3) Tener una personalidad propia, claramente diferenciada de Radio Educación;

- 4) Realizar sondeos continuos a fin de determinar la respuesta de la audiencia, y;
- 5) Estimular la cohesión entre ella y sus homólogas, etc.

Quizás presentar una opción encaminada hacia la divulgación científica y las bellas artes hubiera tenido mayores posibilidades de ser tomada en consideración. Sin embargo, cuando hay tan pocas emisoras de carácter público y la gran mayoría no desempeña su función social, una radio como la universitaria no debe soslayar esa responsabilidad.

Dos razones más para presentar una alternativa social como *salvaguardar la identidad cultural de los mexicanos* son:

- Revalorar a la radio. Dar a conocer lo que ésta podría hacer si, como manifestara el dramaturgo alemán Bertolt Brecht, se le convirtiera *de aparato de distribución en aparato de comunicación... si supiera no solamente transmitir, sino también recibir...*
- Demostrar la pertinencia e importancia que la radio universitaria tiene en una época como la nuestra, tanto para el organismo del cual depende y su gente, como para la sociedad en su conjunto.

En resumen, con este documento se trató de crear conciencia acerca de la trascendencia de la radio en general, y de la modalidad universitaria en particular; de explicar que si la radio de los centros educación superior no se vuelve interesante, creativa, propositiva, no es exclusivamente por su causa, sino por la existencia de múltiples factores ajenos a ella.

Pero, sobre todo, se intentó probar que si desaparece la radio universitaria o la transforman en un producto similar a la radio comercial, habrán acabado con un medio de gran poder de **comunicación**, y no con un simple instrumento de entretenimiento o información.

Finalmente, en esta investigación se encontró que el reto primordial de la radiodifusión universitaria es el propio sistema capitalista, pues de él se derivan los distintos factores que impiden su desarrollo.

De esta forma, es posible afirmar que, en el siglo XXI, la radio de los centros de enseñanza superior continuará como hasta ahora, a menos que con la llegada de los nuevos sistemas de radiodifusión sonora digital (DAB por sus siglas en inglés), se demuestre su incapacidad para adquirirlos y el silencio sea su destino.

ANEXO 1

Cobertura de las emisoras pertenecientes al Sistema de Radiodifusoras Culturales Indigenistas del Instituto Nacional Indigenista (Versión preliminar, septiembre 1998).

Radiodifusoras	Ubicación	Potencia (Watts)	Frecuencia (KHz)	Cobertura Km a la redonda	Estados bajo cobertura	Mpios. atendidos	Población Total	Población indígena atendida	Lenguas en que se transmite	Horario de transmisión	Horas de transmisión semanal
XEZV "La Voz de la Montaña"	Tlapa, Guerrero	3,000	800	80	Gro. Oax. Mor. Pue.	28*	549,462	348,491*	Náhuatl, mixteco, tlapaneco y español	L-V 6:00-19:00 SyD 6:00-14.00	81
XETLA "La Voz de la Mixteca"	Tlaxiaco, Oaxaca	5,000	930	120	Oax. Gro. Pue.	163*	504,633	326,037*	Mixteco, triqui, español	L-D 6:00-18:00	84
XEPUR "La Voz de los Purépechas"	Cherán, Michoacán	5,000	830	120	Mich. Jal. Gto.	67*	2,395,729	218,004	Purépecha y español	L-D 6:00-19:00	91
XETAR "La Voz de la Sierra Tarahumara"	Guachochi, Chihuahua	10,000	870	180	Chi. Son. Sin. Dgo.	20	301,311	90,527	Tarahumara tepehuan, guajiro y español	L-D 6:00-18:00	84
XEPET "La Voz de los Mayas"	Peto, Yucatán	10,000	740	180	Yuc. Q.R. Camp.	98	1,305,035	701, 552	Maya y español	L-S 5:00-19:00 D 7:00-14:00	91
XEVFS "La Voz de la Frontera Sur"	Las Margaritas, Chis.	4,000	1,030	100	Chis.	39	1,174,303	626,448	Tojolabal, mame, Tzeltal, tzotzil y español	L-D 6:00-18:30	87hrs30min
XEGLO "La Voz de la Sierra Juárez"	Guelatao, Oaxaca	5,000	780	120	Oax. Ver. Pue.	85	290,037	194,411	Zapoteco, mixe, chinanteco y español	L-D 7:00-19:00	84
XEANT "la Voz de las Huastecas"	Tancanhuitz S.L.P.	5,000	1,070	120	Hgo. Qro. Tamps, Gto. Ver. S.L.P.	23	751,972	336,941	Náhuatl, pame, huasteco y español	L-D 6:00-20:00	99hrs10min

continuación Anexo 1

XEOJN "La Voz de la Chinantla"	Ojitlán, Oaxaca	5,000	950	120	Oax. Pue. Ver.	19	412,385	160,428	Mazateco, cuicateco, chinanteco y español	L-V 8:00-16:00	56
XEZON "La Voz de la Sierra de Zongolica".	Zongolica, Veracruz	5,000	1,360	120	Ver. Oax. Pue. Tlax	30*	686,234	226,452*	Náhuatl y español	L-V 7:00-18:00 S 7:00-17:00 D 7:00-16:00	74
XEJMN "La Voz de los Cuatro Pueblos"	Jesús María, Nayarit	5,000	750	120	Jal. Dgo. Nay. Zac. Sin.	7	120,437	39,551	Cora, huichol, tepehuano, náhuatl y español	L-D 6:00-14:00	57hrs10min
XEQIN "La Voz del Valle"	San Quintín, B.C.	2,500	1,290	70	Baja California	1	259,979	21,197	Mixteco, triqui, zapoteco y español	L-V 6:00-18:00 SyD 9:00-15:30	73
XECTZ "La Voz de la Sierra Norte"	Cuetzalan, Puebla	5,000	1,350	120	Pue. Hgo. Ver. Tlax.	64*	963,108	501,201	Náhuatl, tonoteco y español	L-D 6:00-19:00	91
XEJAM "La Voz de la Costa Chica"	Jamiltepec, Oaxaca	5,000	1,260	120	Gro. Oax.	79	532,612	328,081	Mixteco, amuzgo, chatino y español	L-D 6:00-18:00	84
XEXPUJ "La Voz del Corazón de la Selva"	X'pujil, Campeche	5,000	700	120	Campeche, Quintana Roo	7	552,870	158,851	Maya, chol y español	L-D 5:00-10:00 14:00-18:00	63
XEETCH "La Voz de los Tres Ríos"	Etchojoa, Sonora	5,000	1,130	120	Son. Sin. Chih.	8	797,919	211,126	Mayo, yaqui, guarijio y español	L-D 6:00-14:00	56
XECOPA "La Voz de los Vientos"	Copainalá, Chiapas	5,000	1,210	120	Chis. Oax. Tab. Ver.	37	826,856	314,821	Zoque, tzotzil y español	L-D 8:30-16:30	56
XETUMI "La Voz de la Sierra Oriente"	Tuxpan, Michoacán	5,000	1,010	120	Mich. Gro. Méx. Qro. Hgo. Gto.	166	8,738,232	520,513	Español, mazahua y otomí	L-V 7:00-15:00, 16:00-19:00 S-D7:00- 15:00	71
TOTAL (18 RADIOS)	15			1,850	26	941	21,163,114	5,535,876	31 y español		1,382hrs50m in

151

RADIODIFUSORAS POR INAUGURAR

continuación Anexo 1.

XECARH "La Voz del Pueblo Náhñu"	Cardonal, Higalgo	2,500	1,480	70	Hgo. Qro. Ver. S.L.P.	12	272,395	154,603	Otomí, náhuatl y español	---	--
XENKA "La Voz del Gran Pueblo"	Carrillo Puerto, Q. Roo	2,500	1,030	70	Quintana Roo	10	181,071	56,641	Maya y español	--	--
TOTAL (20 RADIOS)	15				26	954	21,616,580	5,535,876	31 y español		1382hrs 50min

ESTACIONES DE RADIODIFUSIÓN EXPERIMENTALES DE BAJA POTENCIA (FRECUENCIA MODULADA) RADIODIFUSORA RESPONSABLE: XEPET, LA VOZ DE LOS MAYAS; PETO, YUCATÁN

Radiodifusora	Ubicación	Potencia (Watts)	Frecuencia (KHz)	Cobertura Km a la redonda	Estados bajo cobertura	Mpios. atendidos	Población total	Población indígena atendida	Lenguas en que se transmite	Horario de transmisión	Horas de transmisión semanal
XHCHX-FM	Chemax, Yucatán	3	90.5	3	Chemax, Chemax	1	6,315	---	Maya y español	L-J 2 hrs diarias	8
XHSAZ-FM	San Antonio, Sodzil, Yuc.	3	91.5	3	San Antonio, Sodzil, Sacalum	1	247	---	Maya y español	L-J 4hrs diarias V 2 hrs	18
XHYAX-FM	Yaxcopoil, Yucatán	3	96.5	3	Yaxcopoil, Uman	1	981	---	Maya y español	L-J 2 hrs diarias	8
XHSMH-FM	Samahil, Yucatán	3	95.9	3	Samahil, Samahil	1	2,048	---	Maya y español	L-V 4hrs diarias S-D 2 hrs diarias	24
	4				4	4	9,591	---	2		58

GRAN TOTAL	UBICACION	ESTADOS BAJO COBERTURA	MPIOS. BAJO COBERTURA	POBLACION INDIGENA BAJO COBERTURA	LENGUAS INDIGENAS EN QUE SE TRANSMITE	PUEBLOS INDIGENAS BAJO COBERTURA	HORAS DE TRANS. SEMANAL
24 RADIO DIFUSORAS	15 estados	26	954	5,535,876	31 y español	40	1,440hrs 50min

*Datos por actualizar a una cobertura de 120Km a la redonda.

NOTA: Los datos aportados son teóricos. El área de cobertura real de las radiodifusoras depende de las condiciones climáticas, conductividad del terreno, obstáculos en el área de relieve, orografía e hidrografía.

Para la obtención de los totales se toma en cuenta que existen estados cuyos municipios y población total e indígena están bajo cobertura de más de una emisora del SRCI.

La población de las estaciones de baja frecuencia se encuentran contabilizadas en la cobertura de la emisora XEPET.

FUENTE: Instituto Nacional Indigenista.

ANEXO 2

Radiodifusoras universitarias de la República Mexicana.¹

La Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior considera la existencia de las siguientes frecuencias universitarias:

* ANUIES.
 ** CIRT.
 *** PÁGINA

WEB.

NOMBRE	SIGLAS	FRECUENCIA	BANDA (S)	POTENCIA (WATTS)	FUNDACIÓN	PÁGINA WEB
Radio Universidad de Aguascalientes	XEUAA	1370	AM	5,000	13 enero 1976	
Radio Universidad Agraria Antonio Narro (Saltillo, Coah.)	XESAL	1220	AM	2,500	5 agosto 1995	
Radio Universidad de Baja California (Mexicali) • Tijuana***	XHBA	104.1	FM	10,000	8 abril 1976	http://www.extension.rec.uabc.mx/dgeu/radio
	XEUT	1630	AM			
	• Ensenada***	XHUAC	95.5	FM		
Radio Universidad de Campeche	XECUA	1410	AM	500* 1,000**	13 mayo 1993	

¹ Información actualizada hasta octubre de 2001.

continuación Anexo 2.

Radio Universidad de Chapingo (Edo. de Méx.)	XEUACH	1610	AM	30	22 septiembre 1997	
Radio Universidad de Chihuahua	XERU	1310	AM	1,000	21 mayo 1987	
Radio Universidad de Durango	XEHD	1270	AM	2,500* 1,500**	21 marzo 1976	
Radio Universidad de Guadalajara	XHUG	104.3	FM	10,000* 40,000**	30 mayo 1974	http://www.radio.udg.mx Audio
Radio Universidad de Guanajuato	XEUG	970	AM	1,000	10 febrero 1961	http://www.ugto.mx
Radio Universidad de Guerrero	XEUAG	840	AM	1,000	7 mayo 1988	
Radio Universidad de Hidalgo	XHUAH	99.7	FM	3,000	20 noviembre 2000	http://www.reduaeh.mx/vinculacion_social.htm

Radio Universidad de Guadalajara encabeza la Red de Radiodifusoras de Jalisco, "mediante ello, la estación radiofónica transmite sus mensajes a poblaciones del estado de Jalisco donde nuestra casa de estudios tiene instalados los centros universitarios regionales, las poblaciones de Ocotlán, Autlán, Guzmán, Puerto Vallarta, Colotlán y Lagos de Moreno".

Fuente: http://server.radio.udg.mx/03_contenido01.html

continuación Anexo 2.

Radio Universidad Iberoamericana (D.F.)	XHUIA	90.9	FM	100	15 febrero 1990	
El Politécnico en Radio (D.F.)	XHUPC	95.7	FM	100	5 septiembre 1994	http://radioipn.xs3.com Audio
Radio Universidad Nacional	XEUN	860	AM	49,000	14 junio 1937	http://www.unam.mx/radiounam Audio
	XEUN-FM	96.1	FM	150,000		
	XEYU	9600	OC	1,000		
Radio Universidad Nicolaita (Michoacán)	XESV	1370	AM	1,000	8 marzo 1976	
Radio Universidad de Monterrey	XHUDM	90.5	FM	1,000	8 septiembre 1994	http://www.udem.edu.mx
Radio Universidad de Oaxaca	XEUBJ	1400	AM	1,000	2 octubre 1964	

El contenido que aparece en Internet de *El Politécnico en Radio* no es el mismo que se transmite por el 95.7 de FM. El primero se compone de música continua los 365 días del año las 24 horas del día.

Fuente: <http://radioipn.xs3.com>

continuación Anexo 2.

Radio Universidad de Occidente (Los Mochis, Sinaloa)	XEUDO	820	AM	1,000* 500**	24 septiembre 1992	http://cualiaca.n.udo.mx/radio
Radio Universidad de Puebla	XHBUAP	96.9	FM	1,500	3 septiembre 1997	http://www.comunicacion.buap.mx/radiob/index.html
Radio Universidad de Querétaro	XEUAQ	580	AM	1,500	3 agosto 1979	http://www.uaq.mx/servicios/cultural/radio.html
	XHUAQ	89.5	FM	1,500* 550**		
Radio Universidad de San Luis Potosí	XEXQ	1460	AM	5,000* 250**	28 julio de 1938	http://www.uaslp.mx/rtu
	XHUSP	88.5	FM	5,000* 3,000**		
	XEXQOC	6.045	OC	5,000		
Radio Universidad de Sinaloa	XEUAS	1150	AM	10,000	8 octubre 1971	
	XHUAS	96.1	FM	10,000* 3,000**		
Radio Universidad de Sonora	XEUS	850	AM	1,000	12 octubre 1962	

continuación Anexo 2.

Radio Universidad de Tamaulipas (Cd. Victoria)	XHUNI	102.5***	FM	10,000	16 diciembre 1991	http://radiouni.uat.mx Audio	
	• Nuevo Laredo	XHNLR	90.4***	FM			50* 20**
	• Reynosa	XHRYN	90.9***	FM			50* 20**
	• Matamoros	XHMTO	104.9***	FM			50* 20**
	• Mante	XHMTE	92.3***	FM			50* 20**
• Tampico	XHTIO	105.5***	FM	50* 20**			
Radio Universidad Veracruzana	XERUV	1550	AM	10,000	17 julio 1944		
Radio Universidad de Yucatán	XHRUY	103.9	FM	10, 000	6 abril 1966	http://www.ua.dy.mx Audio	

La primera radiodifusora universitaria en conformar una red estatal de emisoras bajo esa modalidad y hacer uso de la tecnología satelital fue Radio Universidad de Tamaulipas. De acuerdo con datos encontrados en la página web de la emisora, son cinco las frecuencias enlazadas vía satélite y se tiene como nodo a XHUNI 102.5 FM. Esta última, transmite desde Ciudad Victoria.

Cabe hacer notar que XHUNI 102.5 FM también puede ser captada en toda la República Mexicana, así como en países de América Latina, donde se cuente con la señal del satélite Solidaridad II.

Fuente: <http://radiouni.uat.mx>

continuación Anexo 2.

Radio Tecnológico de Celaya	XEITC	1210* 1200**	AM	1,000* 250**	14 abril 1978	
Radio Tecnológico de Durango	XHITD	92.1	FM	500* 3,000**	4 abril 1990	
Radio Tecnológico de Saltillo	XHINS	100.1* 99.3***	FM	3,000* 2,000***	14 septiembre 1991	http://www.mcsa.net/radiotec
Radio Tecnológico de Tijuana	XHITT	88.7	FM	1,000	13 junio 1987	

"Radio Tecnológico de Saltillo es la cuarta estación en la familia del Sistema Nacional de Institutos Tecnológicos junto con Tijuana, Durango, Celaya y Mérida". No se encontró información alguna sobre la emisora del Instituto Tecnológico de Mérida.

Fuente: <http://www.mcsa.net/radiotec>

continuación Anexo 2.

De acuerdo con la CIRT existen, además:

Radio Universidad Baja California Sur	XEUBS	1180	AM	10,000		
Radio Universidad de Nuevo León	XHUNL	89.7	FM	3,000	8 septiembre 1992	
Radio Universidad de Yucatán	XERUY	1120	AM	1,000		http://www.uady.mx Audio

159

Otras frecuencias no incluidas en los registros de la ANUIES y la CIRT hasta el momento de redactar estas líneas son:

Radio Universidad de Chihuahua	XHRU	105.3	FM			
Radio Universidad de Morelos	XHUAEM	106.1	FM		14 julio 2000	http://www.uam.mx/organización/radiouam Audio

continuación Anexo 2.

Por su parte, existen Instituciones de Educación Superior que únicamente difunden sus mensajes dentro de sus instalaciones, con la intención –generalmente- de ofrecer a sus estudiantes la posibilidad de familiarizarse con el quehacer radiofónico y servir de primera experiencia laboral.

Circuito de Radio y TV ITAM	Transmite dentro del campus		
Circuito Radio (Universidad del Valle de México, San Rafael)	Transmite dentro del campus		
Concepto Radial (ITESM, Cd. de México)	94.9 FM Transmite dentro del campus		
Cuéyatl FMU (Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco)	Transmite dentro del campus		

Concepto Radial del ITESM, campus Ciudad de México, emite dentro de sus instalaciones “a través de una señal conseguida en la Secretaría de Gobernación”.

Fuente: López, Carlos, *Reforma*, 20 de octubre de 2001 en <http://www.reforma.com/universitarios/Articulo/136255>

continuación Anexo 2.

Estéreo UIC (Universidad Intercontinental)	Transmite dentro del campus		
Frecuencia CEM (ITESM, Edo. De México)	Transmite dentro del campus y vía Internet	19 enero 1998	http://www.cem.itesm.mx/frecuencia Audio
Radio Cable (Universidad del Valle de México, Lomas Verdes)	Transmite dentro del campus		
Radio Tepeyac (Universidad del Tepeyac)	Transmite dentro del campus		

Estéreo UIC transmite únicamente durante la Semana de la Comunicación que tiene lugar cada semestre. Por su parte, Radio Tepeyac difunde regularmente y planea solicitar una frecuencia a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Fuente: Muñoz Ramírez, Luz María, *XHUPC el modelo de una radiodifusora experimental universitaria. Caso ESIME Culhuacán 1997*, Tesis, FCPyS, UNAM, México, 2001, pp. 26-59.

Fuentes: Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior en <http://www.anuies.mx>;
 Índice de televisoras y radiodifusoras mexicanas elaborado por el periodista Fred Cantú en <http://www.geocities.com/fredcantu/mexicoradiotv.com>;
 Berlín Villafaña, Irving, "3. La radio; configuración del actor", *El Hilo de Ariadna*, México, Universidad Autónoma de Yucatán, Núm. 3, septiembre- octubre de 1998, en <http://www.uady.mx/~ruady/ariadna/articulos/especial/radiosuniv2.html> y,
 Palacios, Magali, *et al.*, "Radio Universitaria", *Reforma*, 20 de octubre 2001 en <http://www.reforma.com/parsecoberturas/printpage.asp?pagetoprint=.../universitarios/articulo/136237/default.htm>
 La información de Radio Universidad Autónoma de Nuevo León fue proporcionada –en entrevista– por el Ing. Juan Fernández Díaz, coordinador de Radio UANL, en junio de 2001.

ANEXO 3

Programación de Radio Ibero 90.9 FM.

	MARTES	TEMÁTICA	OBSERVACIONES
07:00 08:00	SERVICIO DE NOTICIAS		
08:00 09:00	SERVICIO DE NOTICIAS		
09:00 09:30	SUIZOS ILUSTRES	GUILLERMO TELL	
09:30 10:00	LA MATINAL	RADIO NEDERLAND	
10:00 11:00	SERVICIO LATINOAMERICANO BBC DE LONDRES		
11:00 12:00	CONCIERTO DE LA MAÑANA		
12:00 13:00	PRESENTACIÓN DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO		
13:00 13:15	CONTACTO SUR	PRODUCCIÓN DE ALER	
13:15 14:00	MÚSICA		
14:00 15:00	MÚSICA		
15:00 16:00	MÚSICA		
16:00 16:30	CIENCIA Y TECNOLOGÍA DESDE MÉXICO	TELESCOPIO MILIMÉTRICO	
16:30 17:00	RADIO VATICANO	TEMAS DE REFLEXIÓN	

Fuente: Radio Ibero.

ANEXO 4

Programación de El Politécnico en Radio 95.7 FM.

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
06-07	COMENZANDO BARRA MÚSICA GRUPERA	COMENZANDO BARRA MÚSICA GRUPERA	COMENZANDO BARRA MÚSICA GRUPERA	COMENZANDO BARRA MÚSICA GRUPERA	COMENZANDO BARRA MÚSICA GRUPERA	COMENZANDO BARRA MÚSICA GRUPERA	COMENZANDO BARRA MÚSICA GRUPERA
07-08	INFOPOLITÉCNICO NOTICIARIO	INFOPOLITÉCNICO NOTICIARIO	INFOPOLITÉCNICO NOTICIARIO	INFOPOLITÉCNICO NOTICIARIO	INFOPOLITÉCNICO NOTICIARIO	INFOPOLITÉCNICO NOTICIARIO	INFOPOLITÉCNICO NOTICIARIO
08-09	POLICONSEJOS HOGAR, SALUD, BELLEZA GM. POP ESPAÑOL	POLICONSEJOS HOGAR, SALUD, BELLEZA GM. POP ESPAÑOL	POLICONSEJOS HOGAR, SALUD, BELLEZA GM. POP ESPAÑOL	POLICONSEJOS HOGAR, SALUD, BELLEZA GM. POP ESPAÑOL	POLICONSEJOS HOGAR, SALUD, BELLEZA GM. POP ESPAÑOL	SALSA POR LA MAÑANA GM SALSA	POLIKIDS PROG. INFANTIL
09-10	POLICONSEJOS HOGAR, SALUD, BELLEZA GM. POP ESPAÑOL	POLICONSEJOS HOGAR, SALUD, BELLEZA GM. POP ESPAÑOL	POLICONSEJOS HOGAR, SALUD, BELLEZA GM. POP ESPAÑOL	POLICONSEJOS HOGAR, SALUD, BELLEZA GM. POP ESPAÑOL	POLICONSEJOS HOGAR, SALUD, BELLEZA GM. POP ESPAÑOL	SALSA POR LA MAÑANA GM SALSA	POLIKIDS PROG. INFANTIL
10-11	EL RETOQUINDA CONFRONTACIÓN GM. ESPAÑOL VARIADO	EL RETOQUINDA CONFRONTACIÓN GM. ESPAÑOL VARIADO	EL RETOQUINDA CONFRONTACIÓN GM. ESPAÑOL VARIADO	EL RETOQUINDA CONFRONTACIÓN GM. ESPAÑOL VARIADO	EL RETOQUINDA CONFRONTACIÓN GM. ESPAÑOL VARIADO	PASE A LA CULTURA CARTELERA CULTURAL DE LA CD. DE MÉXICO	MÚSICA CONTINUA INFANTIL
11-12	BARRA MUSICAL MÚSICA B.EN ESPAÑOL	BARRA MUSICAL MÚSICA B.EN ESPAÑOL	BARRA MUSICAL MÚSICA B.EN ESPAÑOL	BARRA MUSICAL MÚSICA B.EN ESPAÑOL	BARRA MUSICAL MÚSICA B.EN ESPAÑOL	PASE A LA CULTURA CARTELERA CULTURAL DE LA CD. DE MÉXICO	INTERCEPCI ÓN DEPORTIVA INFORMATIVO DEPORTIVO
12-13	RETROMORFOSIS MÚSICA ROCK EN INGLÉS	RETROMORFOSIS MÚSICA ROCK EN INGLÉS	RETROMORFOSIS MÚSICA ROCK EN INGLÉS	RETROMORFOSIS MÚSICA ROCK EN INGLÉS	RETROMORFOSIS MÚSICA ROCK EN INGLÉS	PROGRAMA DEL PRESIDENTE V.F.Q.	INTERCEPCI ÓN DEPORTIVA INFORMATIVO DEPORTIVO

continuación Anexo 4.

13-14	MILENIUM ROCK BARRA ROCK EN ESPAÑOL	MILENIUM ROCK BARRA ROCK EN ESPAÑOL	MILENIUM ROCK BARRA ROCK EN ESPAÑOL	MILENIUM ROCK BARRA ROCK EN ESPAÑOL	MILENIUM ROCK BARRA ROCK EN ESPAÑOL	FUTBOL AMERICANO LIGA MAYOR NACIONAL	SONIDOS ETERNOS NEW AGE
14-15	NOTAGUINDA INFORMATIVO DEL IPN GM. POP ESPAÑOL	BARRA MUSICAL GM. POP EN ESPAÑOL	NOTAGUINDA INFORMATIVO DEL IPN GM. POP ESPAÑOL	BARRA MUSICAL GM. POP EN ESPAÑOL	NOTAGUINDA INFORMATIVO DEL IPN GM. POP ESPAÑOL	FUTBOL AMERICANO LIGA MAYOR NACIONAL	SONIDOS ETERNOS NEW AGE
15-16	INFOPOLITÉCNICO NOTICARIO	INFOPOLITÉCNICO NOTICARIO	INFOPOLITÉCNICO NOTICARIO	INFOPOLITÉCNICO NOTICARIO	INFOPOLITÉCNICO NOTICARIO	INFOPOLITÉCNICO NOTICARIO	INFOPOLITÉ CNICO NOTICARIO
16-17	KILÓMETRO 95.7 TURÍSTICO, M MEXICANA	CÍRCULO DE LA VIDA FAMILIAR, CONSEJOS	CÍRCULO DE LA VIDA FAMILIAR, CONSEJOS	CÍRCULO DE LA VIDA FAMILIAR, CONSEJOS	BARRA MUSICAL MÚSICA EN ESPAÑOL	RADIOCINE SOUND TRACKS/CINE	POR SIEMPRE MÚSICA CLÁSICA
17-18	TERCERA GENERACIÓN POP EN INGLÉS	TERCERA GENERACIÓN POP EN INGLÉS	TERCERA GENERACIÓN POP EN INGLÉS	TERCERA GENERACIÓN POP EN INGLÉS	TERCERA GENERACIÓN POP EN INGLÉS	CONEXIÓN DIGITAL COMPUTACIÓN	POR SIEMPRE MÚSICA CLÁSICA
18-19	COVACHA POLITÉCNICA TECNOLÓGICA	COVACHA POLITÉCNICA SOCIAL	COVACHA POLITÉCNICA CIENTÍFICA	COVACHA POLITÉCNICA ARTÍSTICA	ENTRE LIBRO Y CAFÉ ANÁLISIS DE LIBROS GM POP ESPAÑOL	CONEXIÓN DIGITAL COMPUTACIÓN	POLITONAL MÚSICA INTERNACIONAL
19-20	BARRA MUSICAL POP ESPAÑOL	TIEMPO DE ROCK & ROLL ROCK & ROLL	TIEMPO DE ROCK & ROLL ROCK & ROLL	TIEMPO DE ROCK & ROLL ROCK & ROLL	ENTRE LIBRO Y CAFÉ ANÁLISIS DE LIBROS GM POP ESPAÑOL	EN CONCIERTO ESP. POR ARTISTA	ADELANTE EL JAZZ MÚSICA JAZZ
20-21	TROVADICCIÓN MÚSICA DE TROVA	Y DICEN QUE... BIOGRAFÍAS GM TROVA	TROVADICCIÓN MÚSICA DE TROVA	Y DICEN QUE... BIOGRAFÍAS GM TROVA	TROVADICCIÓN MÚSICA DE TROVA	EN CONCIERTO ESP. POR ARTISTA	ADELANTE EL JAZZ MÚSICA JAZZ
21-22	INFOPOLITÉCNICO NOTICARIO	INFOPOLITÉCNICO NOTICARIO	INFOPOLITÉCNICO NOTICARIO	INFOPOLITÉCNICO NOTICARIO	INFOPOLITÉCNICO NOTICARIO	INFOPOLITÉCNICO NOTICARIO	INFOPOLITÉCNIC O NOTICARIO
22-23	BARRA MUSICAL BALADA ESPAÑOL	CUANDO EL AMOR TE LLAME POESÍA GM ROMÁNTICA	CUANDO EL AMOR TE LLAME POESÍA GM ROMÁNTICA	CUANDO EL AMOR TE LLAME POESÍA GM ROMÁNTICA	SENTIMIENTO BOHEMIO MÚSICA BOHEMIA	SÁBADOS NOCTURNOS DIFERENTES GÉNEROS	LA HORA NACIONAL R.T.C.

continuación Anexo 4.

23-24	BARRA MUSICAL BALADA ESPAÑOL	VARIACIONES DEL ROCK ROCK DE LOS 60 70'S	VARIACIONES DEL ROCK ROCK DE LOS 60 70'S	VARIACIONES DEL ROCK ROCK DE LOS 60 70'S	SENTIMIENTO BOHEMIO MÚSICA BOHEMIA	SÁBADOS NOCTURNOS DIFERENTES GÉNEROS	A LAS ORILLAS DEL PENT. M. INTERN.
24-01	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS	SENTIMIENTO BOHEMIO MÚSICA BOHEMIA	SÁBADOS NOCTURNOS DIFERENTES GÉNEROS	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS
01-02	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS	SENTIMIENTO BOHEMIO MÚSICA BOHEMIA	SÁBADOS NOCTURNOS DIFERENTES GÉNEROS	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS
02-03	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS	PROGRAMA ESPECIAL DIFERENTES GÉNEROS	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS
03-04	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS	PROGRAMA ESPECIAL DIFERENTES GÉNEROS	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS
04-05	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS	PROGRAMA ESPECIAL DIFERENTES GÉNEROS	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS
05-06	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS	PROGRAMA ESPECIAL DIFERENTES GÉNEROS	MÚSICA CONTINUA DIFERENTES GÉNEROS

Fuente: El Politécnico en Radio.

ANEXO 5

Radiodifusoras por entidad federativa en el 2000.

ENTIDAD FEDERATIVA	AM		FM		TOTAL
	CONCESIÓN	PERMISO	CONCESIÓN	PERMISO	
AGUASCALIENTES	12	2	4	1	19
BAJA CALIFORNIA	31	1	29	4	65
BAJA CALIFORNIA SUR	10	2	9	0	21
CAMPECHE	9	4	2	0	15
COAHUILA	46	2	26	3	77
COLIMA	11	1	5	0	17
CHIAPAS	26	9	7	4	46
CHIHUAHUA	51	2	25	1	79
DISTRITO FEDERAL	31	2	23	4	60
DURANGO	9	1	2	1	13
GUANAJUATO	36	2	14	3	55
GUERRERO	24	7	11	2	44
HIDALGO	6	6	4	3	19
JALISCO	45	3	26	3	77
EDO. DE MÉXICO	6	5	8	3	22
MICHOACÁN	36	4	6	0	46
MORELOS	4	1	14	3	22
NAYARIT	13	2	2	0	17
NUEVO LEÓN	28	1	23	10	62
OAXACA	22	12	5	4	43
PUEBLA	20	1	14	3	38
QUERÉTARO	9	2	7	1	19
QUINTANA ROO	8	5	3	1	17
SAN LUIS POTOSÍ	19	2	8	1	30
SINALOA	34	2	10	2	48
SONORA	50	2	24	13	89
TABASCO	14	3	6	7	30
TAMAULIPAS	46	3	26	14	89
TLAXCALA	2	0	2	1	5
VERACRUZ	61	4	23	0	88
YUCATÁN	15	2	6	5	28
ZACATECAS	12	0	4	1	17
TOTAL	746	95	378	98	

Fuente: Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, *Directorio 2000*, México, 2000, p. 216.

ANEXO 6

Los radio-hogares en México (1999).

ESTADO	RADIO-HOGARES	PORCENTAJE RADIO-HOGARES	TOTAL HABITANTES
Aguascalientes	11,852	0%	888,444
Baja California Norte	479,199	5%	2,241,029
Baja California Sur	57,196	1%	387,430
Campeche	95,864	1%	668,715
Coahuila	389,036	4%	2,227,305
Colima	70,457	1%	515,513
Chiapas	271,864	3%	3,637,142
Chihuahua	505,982	5%	2,895,672
Distrito Federal	1,735,496	18%	8,520,090
Durango	106,248	1%	1,449,036
Guanajuato	520,338	5%	4,478,673
Guerrero	696,749	7%	2,994,365
Hidalgo	119,262	1%	2,166,122
Jalisco	525,807	5%	6,161,437
Estado de México	315,343	3%	12,222,891
Michoacán	300,160	3%	3,925,450
Morelos	117,527	1%	1,496,030
Nayarit	127,374	1%	903,886
Nuevo León	269,580	3%	3,684,845
Oaxaca	170,209	2%	3,286,175
Puebla	406,470	4%	4,792,156
Querétaro	116,244	1%	1,297,575
Quinta Roo	109,565	1%	772,803
San Luis Potosí	209,498	2%	2,247,042
Sinaloa	344,359	3%	2,509,142
Sonora	366,192	4%	2,183,108
Tabasco	171,894	2%	1,817,703
Tamaulipas	218,635	2%	2,628,839
Tlaxcala	30,608	1%	911,696
Veracruz	605,028	6%	6,856,415
Yucatán	171,342	2%	1,617,120
Zacatecas	89,107	1%	1,332,683
TOTAL	9,712,633	99%	93,716,532

Fuente: Tarifario Vyasa, mayo-junio de 1999, cit. en Solís Leree, Beatriz, *et al.*, "Radiografía actual de la radio en México", *Revista Mexicana de Comunicación*, México, Año 12, Núm. 60, octubre-diciembre de 1999, p.32.

ANEXO 7

Estadísticas por cadenas concesionadas en el 2000.

CADENAS	AM	FM	TOTAL
A.R.T.E., S.A. de C.V.	14	1	15
CENTRAL TECNOLOGÍA Y MEDIOS, S.A. DE C.V.	11	3	14
CORPORACIÓN MEXICANA DE RADIODIFUSIÓN	31	13	44
CORPORADIO S.A. DE C.V.	15	4	19
DIFUSORAS UNIDAS INDEPENDIENTES, S.A.	17	4	21
DIRECT DEAL RADIO, S.A. DE C.V.	14	2	16
FIRMESA	28	5	33
GRUPO ACIR, S.A.	74	55	129
GRUPO RADIO ALEGRÍA	6	5	11
GRUPO RADIO MÉXICO	8	8	16
GRUPO RADIOCIMA, S.A. DE C.V.	58	33	91
GRUPO SIETE, COMUNICACIÓN MULTIMEDIA	3	6	9
IMAGEN TELECOMUNICACIONES	1	2	3
INDEPENDIENTE	9	7	16
INFORED	2	0	2
INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO	7	0	7
MEGA RADIO, S.A. DE C.V.	21	9	30
MULTIMEDIOS ESTRELLAS DE ORO, S.A. DE C.V.	13	29	42
MVS RADIO	9	46	55
ORGANIZACIÓN IMPULSORA DE RADIO, S.A.	72	16	88
ORGANIZACIÓN RADIO CENTRO	4	6	10
PROMOSAT DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	46	20	66
PROMOTORA DE RADIO, S.A. DE C.V.	3	3	6
PUBLICISTAS EN RADIODIFUSIÓN, S.A. DE C.V.	6	7	13
RADIO CADENA NACIONAL, S.A. DE C.V.	12	1	13
RADIO FÓRMULA	3	2	5
RADIO GRUPO ESTRATEGIA S.A. DE C.V.	1	2	3
RADIO VENTAS DE PROVINCIA, S.A.	0	1	1
RADIO, S.A.	24	10	34
RADIODIFUSORAS ASOCIADAS, S.A.	58	11	69
RADIORAMA, S.A.	111	48	159
RAMSA, S.A. DE C.V.	25	1	26
SOCIEDAD MEXICANA DE RADIO, S.A. DE C.V.	27	11	38
TELEVISA RADIO	14	6	20
TOTAL	747	377	1,124

Fuente: Centro de Información de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, enero de 2001.

ANEXO 8

El cuadrante de la Ciudad de México.¹

AMPLITUD MODULADA						
FRECUENCIA	NOMBRE	SIGLAS	CONCESIONARIO	REPRESENTANTE	PERFIL	POTENCIA (WATTS)
560	Radio Chapultepec	XEOC	Radio Chapultepec	Promosat de México	Mus/Hab/Inf	5,000
590	La Pantera	XEPH	Compañía Mexicana de Radiodifusión	Promotora de Radio	Mus	10,000
620	Radio 6.20	XENK	Radio 6.20, S.A.	Radiodifusoras Asociadas	Inf/ Mus	10,000
660	La Candela	XEDTL	IMER	IMER	Mus	50,000
690	La 69	XEN	XEN	Organización Radio Centro	Hab	20,000
710	Radio 710	XEMP	IMER	IMER	Mus	10,000
730	Ke Buena AM	XEX	Cadena Radiodifusora Mexicana	Televisa Radio	Mus/Hab/Inf	100,000
760	ABC	XEABC	México Radio	Mega Radio	Hab	20,000
790	El Fonógrafo	XERC	XERC	Organización Radio Centro	Mus	10,000
830	Estadio W	XEITE	Pegaso		Hab	12,000
860	Radio UNAM*	XEUN	UNAM	UNAM	Mus/Hab/Inf	49,000
900	XEW	XEW	Cadena Radiodifusora Mexicana	Televisa Radio	Hab/Inf	250,000
940	Enamorada 940	XEQ	Cadena Radiodifusora Mexicana	Televisa Radio	Inf/Hab	50,000

169

continuación Anexo 8.

970	Radio Fórmula	XERFR	Radio Uno	Radio Fórmula	Hab/Inf	50,000
1000	Radio Mil	XEOY	Fomento de Radio	Promotora de Radio	Mus	50,000
1030	Radio Centro	XEQR	XEQR	Organización Radio Centro	Hab	50,000
1060	Radio Educación*	XEEP	SEP	SEP	Hab/Inf/Mus	100,000
1110	Radio Red	XERED	Radio Red	Organización Radio Centro	Inf/Hab	50,000
1150	Formato 21	XECMQ	Emisora 1320	Organización Radio Centro	Inf/Hab	20,000
1180	Superdeportiva	XEFR	Radio Felicidad	Grupo Acir	Hab/Inf	5,000
1220	La B Grande de México	XEB	IMER	IMER	Mus	100,000
1260	Radio Acir	XEL	Radio Impulsora Herdez	Grupo Acir	Hab/Mus	20,000
1290	Radio 13	XEDA	Publicistas, S.A.	Radio, S.A.	Hab/Mus	50,000
1320	Track 13.20	XEJP		Infored	Mus	10,000
1350	La Hora Exacta	XEQK	IMER	IMER	Mus	1,000
1380	Romántica	XECO	Publicidad Comercial de México	Radorama	Mus	20,000
1410	Radio Sinfonola	XEBS	Hispano Mexicano	Promotora de Radio	Mus	10,000
1440	Radio Noticias	XEEST	Comercializadora Siete de México	Grupo Siete	Inf/Hab	10,000
1470	Radio Fórmula Metrópoli	XEAI	La B Grande	Radio Fórmula	Hab	20,000
1500	Radio Fórmula	XEDF	Radio Oro, S.A.	Radio Fórmula	Hab	50,000

170

continuación Anexo 8.

1530	La Mexicana	XEUR	Radio Unión Texcoco	Radorama	Mus	20,000
1560	La Banda	XEFAJ		Infored	Mus	50,000
1590	Bonita	XEVOZ	Calidad Radiofónica	Grupo Acir	Mus	20,000
FRECUENCIA MODULADA						
88.1	Radio Red FM	XHRED	Radio Red FM	Organización Radio Centro	Mus	80,000
88.9	Azul 89	XHM	Radio 88.8	Grupo Acir	Mus	150,000
89.7	FM Globo	XEOY	Radio Proyección	Promotora de Radio	Mus	150,000
90.5	Imagen	XEDA	MVS Radio	Imagen Telecomunicaciones	Inf/Hab	165,000
90.9	Radio Ibero*	XHUIA	Universidad Iberoamericana	Universidad Iberoamericana	Mus/Inf	100
91.3	Alfa	XHFAJ	Estación Alfa	Organización Radio Centro	Mus	50,000
92.1	Universal	XHFO	XHFO-FM	Organización Radio Centro	Mus	300,000
92.9	La Ke Buena	XEQ	Cadena Radiodifusora Mexicana	Televisa Radio	Mus	100,000
93.7	Stereo Joya	XEJP	XEJP-FM	Organización Radio Centro	Mus	100,000
94.5	Opus 94*	XHIMER	IMER	IMER	Mus	57,000
95.3	Amor	XHSH	FM Radio	Grupo Acir	Mus	120,000
95.7	Radio IPN*	XHUPC	Esc.Sup. Ing.Mec. y Elect.	Esc.Sup. Ing.Mec. y Elect.	Mus	100
96.1	Radio UNAM*	XHUN	UNAM	UNAM	Inf/Mus	50,000
96.9	Radical 96.9	XEW	Cadena Radiodifusora Mexicana	Televisa Radio	Mus	100,000

continuación Anexo 8.

97.7	Stereo 97.7	XERC	XERC-FM	Organización Radio Centro	Mus	100,000
98.5	Radioactivo 98.5	XHDL	MVS Radio	Imagen Telecomunicaciones	Mus	165,000
99.3	Digital 99	XHPOP	Radio Frecuencia	Grupo Acir	Mus	120,000
100.1	Stereo Cien	HXMM	Radio Maranatha México	Promotora de Radio	Mus/Inf	180,000
100.9	Sabrosita	XHSON	Televideo	Promotora de Radio	Mus	150,000
101.7	Vox 101.7	XEX-FM	Cadena Radiodifusora Mexicana	Televisa Radio	Mus	100,000
102.5	Stereo Rey	XHMVS	Stereo Rey México	MVS Radio	Mus/Inf	180,000
103.3	Radio Fórmula	XERFR	La B Grande F.M.	Radio Fórmula	Hab	80,000
104.1	Radio Uno	XEDF	Radio Uno FM	Radio Fórmula	Mus	80,000
104.9	EXA	XHMRD	Stereorey México	MVS Radio	Mus	180,000
105.7	Órbita*	XHOF	IMER	IMER	Mus	35,000
106.5	Mix FM	XHDFM	Fórmula Melódica	Grupo Acir	Mus	120,000
107.3	La Z	XEQR	XEQR-FM	Organización Radio Centro	Mus	100,000
107.9	Horizonte 108*	XHIMR	IMER	IMER	Mus/Hab	10,000

*Emisoras permisionadas.

¹ Información actualizada hasta enero de 2002. Solís Leree, Beatriz, *et al.*, "Radiografía actual de la radio en México", *Revista Mexicana de Comunicación*, México, Año 12, Núm. 60, octubre-diciembre de 1999, p. 35; Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, *Directorio 2000*, México, 2000, pp. 51-55 y, López, Sergio Raúl, "Desaparece XELA por falta de patrocinio", *Reforma*, 29 de enero 2002 en <http://www.reforma.com/cultural/articulo/164299/default.htm>

ANEXO 9

Reconocimientos a Radio UNAM.

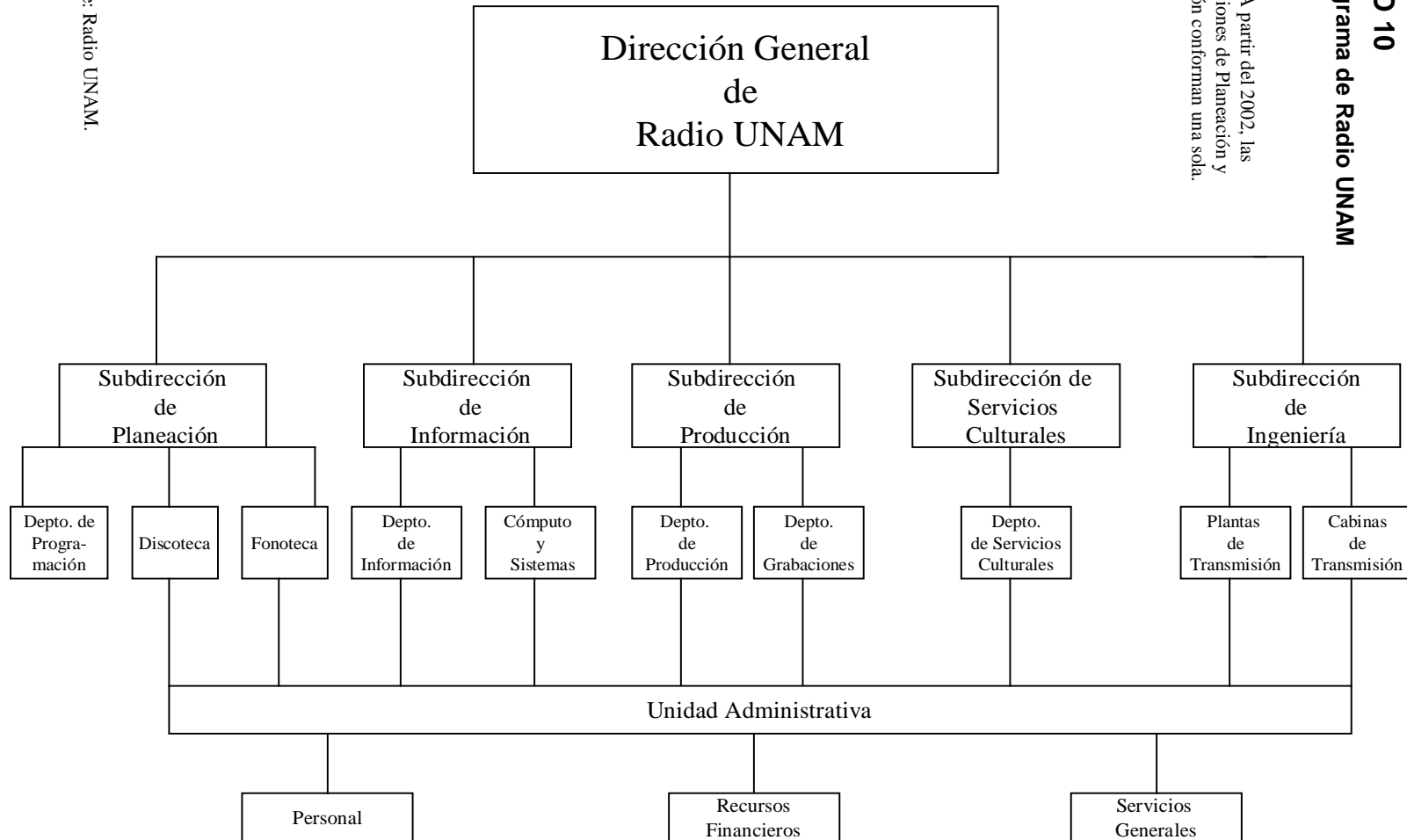
- ◆ Premio Nacional de Comunicación (Teponaxtli de Malinalco, México) símbolo de comunicación y placa Radio UNAM, modelo 1981 en Noticieros.
- ◆ Premio de Periodismo y de Información. "Entrevistas Radio UNAM", México 1982.
- ◆ XV Certamen Nacional de Periodismo de 1984. Club de Periodistas de México, A.C.
- ◆ Premio Nacional de Periodismo y de Información "Divulgación Cultural" Radio UNAM, México 1985 y fistol.
- ◆ Premio Nacional de Periodismo y de Información "Divulgación" Universidad Nacional Autónoma de México, México 1985.
- ◆ Diploma -Reconocimiento Nacional 19 de septiembre. 18 de Septiembre de 1986.
- ◆ Reconocimiento Nacional 19 de septiembre. Placa a la solidaridad institucional. Diciembre de 1985.
- ◆ Diploma -Premio Nacional de Periodismo y de Información 1982. Entrevistas.
- ◆ Diploma -Premio Nacional de Periodismo y de Información 1985. Divulgación Cultural.

Fuente: *Gaceta UNAM*, Suplemento especial, Año XXXIII, Volumen 3, 11 de junio de 1987. p. 24.

ANEXO 10
Organigrama de Radio UNAM

NOTA: A partir del 2002, las subdirecciones de Planeación y Producción conforman una sola.

Fuente: Radio UNAM.



ANEXO 11

Directores de Radio UNAM.

1937-1938	Alejandro Gómez Arias
1939-1944	Rafael López Malo
1945-1953	Alejandro Quijano
1954-1960	Pedro Rojas
1960-1967	Max Aub
1967-1970	Joaquín Gutiérrez Heras
1970-1972	Raúl Cosío
1972	Eduardo Lizalde
1973	Armando Zayas
1973-1977	Fernando Curiel Defossé
1977-1978	Abelardo Villegas
1978-1980	Fernando Curiel Defossé
1981-1982	Fernando Galindo
1982-1984	Miguel Carriedo
1985-1989	Beatriz Barros Horcasitas
1989-1991	Alberto Dallal Castillo
1991-1993	Fernando Escalante Sobrino
1993-1995	Eraclio Zepeda
1995-1998	Felipe López Veneroni
1998-2000	Malena Mijares
2000	Francisco Prieto
2000-?	Fernando Escalante Sobrino

Fuente: Radio UNAM.

ANEXO 12

Nombres y cargos en Radio UNAM.

DIRECCIÓN GENERAL

Fernando Escalante Sobrino	Director General
Indira Gaxiola Félix	Auxiliar de la Dirección

SUBDIRECCIÓN DE PLANEACIÓN

Fernando Chamizo	Subdirector
Nashrú López	Jefa de Programación
Yolanda Medina	Jefa de Discoteca
Verónica Olguín	Jefa de Fonoteca

SUBDIRECCIÓN DE INFORMACIÓN

Antonio Morales	Subdirector
Cutberto Domínguez	Jefe de Información
Armando Trujillo	Jefe de Cómputo y Sistemas

SUBDIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN

Manuel Estrada	Subdirector
Javier Platas	Jefe de Producción
Manuel Garro	Jefe de Grabaciones

SUBDIRECCIÓN DE SERVICIOS CULTURALES

Carlos Narro	Subdirector
Laura Roque	Jefa de Servicios Culturales

SUBDIRECCIÓN DE INGENIERÍA

Gustavo Carreño	Subdirector
Carmen Ramírez	Jefe de Ingeniería
Cayetano Meléndez	Jefe de Planta Transmisora Ticomán (AM)
Jaime Moreno	Jefe de Planta Transmisora Ajusco (FM)

UNIDAD ADMINISTRATIVA

Rodolfo Consuegra	Jefe de Unidad
Alejandro Pérez	Jefe de Personal
Gilberto Benavides	Jefe de Recursos Financieros
Angélica Aguilar	Jefa de Servicios Generales

Fuente: Radio UNAM.

Esta información es válida hasta enero de 2002, pues con la salida de Manuel Estrada de la subdirección de Producción en ese mismo mes, hubo algunos cambios, a saber:

DIRECCIÓN GENERAL

Fernando Escalante Sobrino	Director General
Indira Gaxiola Félix	Auxiliar de la Dirección

SUBDIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y PRODUCCIÓN

Fernando Chamizo	Subdirector
Nashrú López	Jefa de Programación
Yolanda Medina	Jefa de Discoteca
Javier Platas	Jefe de Producción
Manuel Garro	Jefe de Grabaciones

SUBDIRECCIÓN DE INFORMACIÓN

Antonio Morales	Subdirector
Cutberto Domínguez	Jefe de Información
Armando Trujillo	Jefe de Cómputo y Sistemas

SUBDIRECCIÓN DE SERVICIOS CULTURALES

Carlos Narro	Subdirector
Octavio Serra	Jefe de Servicios Culturales
Verónica Olguín	Jefa de Fonoteca

SUBDIRECCIÓN DE INGENIERÍA

Gustavo Carreño	Subdirector
Carmen Ramírez	Jefe de Ingeniería
Cayetano Meléndez	Jefe de Planta Transmisora Ticomán (AM)
Jaime Moreno	Jefe de Planta Transmisora Ajusco (FM)

UNIDAD ADMINISTRATIVA

Rodolfo Consuegra	Jefe de Unidad
Alejandro Pérez	Jefe de Personal
Gilberto Benavides	Jefe de Recursos Financieros
Angélica Aguilar	Jefa de Servicios Generales

Fuente: Radio UNAM.

NOTA: Información actualizada hasta julio de 2002.

ANEXO 13

Programación AM y FM enero 2001.

		LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
		Rúbrica									
		Noticiero de Radio Francia Internacional									
		Radio UNAM informa									
		Plaza Pública									
		Espacio Universitario									
		Las relaciones internacionales de México		Chiapas expediente abierto		Argumentos		Momento económico		Temas de nuestra historia	
		en vivo		en vivo		en vivo		en vivo		en vivo	
		Ciudad abierta		Voces de la democracia		América del norte		La tierra nuestra de cada día		en vivo	
		en vivo		en vivo		en vivo		en vivo		en vivo	
		Diálogo jurídico		Ingeniería en marcha		Consultoría fiscal universitaria		Las voces de la salud		Brújula en mano	
		en vivo		en vivo		en vivo		en vivo		en vivo	
		Impulso humano									
		La ciencia al día									
		En la ciencia									
		Por pura curiosidad		La respuesta esta en la ciencia		A la luz de la ciencia					
		en vivo		en vivo		en vivo					
		Radio UNAM informa									
		Interacción académica *									
		La feria de los libros		La voz del tintero		Goya deportivo		Alas y raíces		Los bienes terrenales	
		Biblioteca de voces		17:00 hrs.		16:30 hrs.		17:00 hrs.		en vivo	
		Querido señor fantasía		Se regala cascajo		Radio Etiopía		Vasos comunicantes		Las ondas del Chopo	
		17:30 hrs.		17:30 hrs.		18:00 hrs.		17:00hrs.		en vivo	
		El blues inmortal		Saint John's Wood The Beatles						Disco primicias	
		17:30 hrs.		17:30 hrs.						Por el sendero de los libros *	
		Deslinda									
		Radio UNAM informa									
		La guitarra en el mundo		Tiempo de análisis		Clérigos, juglares y trovadores		Melomanía		Pensamiento Musical en la historia	
		Música perdida		La música en la vida		Música perdida					
		Revista informativa y cultural europea de Radio Francia Internacional									
		HIMNO NACIONAL									
		Fin de transmisión									

*Lunes último de cada mes, programa especial

ENERO 2001

* retransmisión

<http://www.unam.mx/radiounam/>

Correo Electrónico: radiounam@dragon.dgsca.unam.mx

ANEXO 13

Programación AM y FM enero 2001.



XEYU

9600 Khz. Onda Corta.
Banda internacional de 31 mts.

/860 Khz. AM

HORA	SABADO	DOMINGO	HORA
7:00 a 7:07	▸ Rúbrica		▲ 7:00 a 7:07
7:07 a 8:00	▸		▲ 7:07 a 8:15
8:00 a 9:00	▸ Goya deportivo en vivo	Música infantil	▲ 8:15 a 8:30
		Espacio de música para niños	▲ 8:30 a 9:00
9:00 a 9:07	▸		▲ 9:00 a 9:07
9:07 a 10:00	▸ en vivo Sube y baja	en vivo Hola Luis	▲ 9:07 a 10:00
10:00 a 11:00	▸ en vivo Hola Luis	en vivo Domingo 7	▲ 10:00 a 12:00
11:00 a 12:00	▸ Trovando para los niños		
12:00 a 13:00		OFUNAM Concierto	
13:00 a 14:00	▸ en vivo Buen provecho		▲ 12:00 a 14:30
14:00 a 15:00	▸ El anaquel	Cien años de tango	▲ 14:30 a 15:30
15:00 a 15:30	▸ Peña radio	Caminos de ayer	
15:30 a 16:00	▸ Música popular alternativa		▲ 15:30 a 16:00
16:00 a 17:00	▸	en vivo En alas de la trova yucateca	▲ 16:00 a 16:30
17:00 a 18:00	▸ Confesiones y confusiones en vivo	La música que hace la diferencia	▲ 16:30 a 18:00
18:00 a 1:00	▸		▲ 18:00 a 21:30
			▲ 21:30 a 22:00
		LA HORA NACIONAL	▲ 22:00 a 23:00
		Alma de concreto	▲ 23:00 a 24:00
			▲ 24:00 a 1:00
1:00	HIMNO NACIONAL	Fin de transmisión	▲ 1:00

ENERO 2001

* retransmisión

ANEXO 13

Programación AM y FM enero 2001.

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	HORA
						XEUN 96.1 Mhz. FM
	Rúbrica					
	Noticiero de Radio Francia Internacional					
	Radio UNAM informa					
	Plaza Pública					
	<i>en vivo</i>					
	Espacio Universitario				Interacción académica	
	<i>Escaparate cultural</i>					
	Radio UNAM informa					
	CONCIERTO VESPERTINO					
	Por el sendero de los libros	Música sin fronteras		Notas del jazz		
	Magacine	En el espacio y en el tiempo	Hacia una nueva música	Música en imágenes	Eduardo Mata: su legado musical	
		<i>en vivo</i>		Los libros tienen la palabra <small>18:30hrs</small>		
	Panorama del Jazz					
	Radio UNAM informa					
	La guitarra en el mundo	Tiempo de análisis	Clérigos, juglares y trovadores	Melomanía	Pensamiento musical en la historia	
		Música perdida	La música en la vida	Música perdida		
	.Revista informativa y cultural europea de Radio Francia Internacional					
	HIMNO NACIONAL	Fin de transmisión				

ENERO 2001

* retransmisión

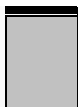
Programación compartida con FM

<http://www.unam.mx/radiounam/>

Correo Electrónico: radiounam@dragon.dgsca.unam.mx

ANEXO 13

Programación AM y FM enero 2001.



XEUN 96.1 Mhz. FM

HORA	SABADO	DOMINGO	HORA
7:00 a 7:07	Rúbrica		7:00 a 7:07
7:07 a 8:00			7:07 a 8:15
8:00 a 9:00	Goya deportivo en vivo	Música infantil	8:15 a 8:30
9:00 a 9:07		Espacio de música para niños	8:30 a 9:00
9:07 a 10:00	Sube y baja en vivo	Hola Luis en vivo	9:00 a 9:07
10:00 a 11:00	Hola Luis en vivo	Domingo 7 en vivo	9:07 a 10:00
11:00 a 12:00	Trovando para los niños		10:00 a 12:00
12:00 a 13:00		OFUNAM Concierto	12:00 a 14:30
13:00 a 14:00	Buen provecho en vivo		
14:00 a 15:00			14:30 a 15:30
15:00 a 16:00	Música popular del mundo		
16:00 a 17:00	El blues inmortal *	Clérigos, juglares y trovadores	15:30 a 16:30
17:00 a 18:00	Panorama del jazz *	La guitarra en el mundo *	16:30 a 17:30
18:00 a 19:00	Radio Etiopía *		17:30 a 18:30
19:00 a 20:00	Ex - perimento	Pensamiento musical en la historia *	18:30 a 19:30
20:00 a 1:00	 OPERA 	Eduardo Mata: su legado musical	19:30 a 20:30
			20:30 a 22:00
		LA HORA NACIONAL	22:00 a 23:30
			23:00 a 1:00
1:00	HIMNO NACIONAL	Fin de transmisión	1:00

ENERO 2001

* retransmisión

ANEXO 14

Programación AM y FM agosto 1998.

		860 Khz. Am / 9600 Khz. O.C.					AM
		Banda internacional de 31mts.					
HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	HORA	
6:55 a 7:00	Rúbrica					6:55 a 7:00	
7:00 a 7:30	Idiomas					7:00 a 7:30	
7:30 a 8:30	Noticiero de Radio Francia Internacional			Las relaciones internacionales de México	Interacción académica	7:45 a 8:00	
8:00 a 8:30	Radio UNAM informa					8:00 a 8:30	
8:30 a 9:30	en vivo Plaza Pública					8:30 a 9:30	
9:30 a 10:30	Espacio Universitario en vivo	Enfoque internacional Chiapas expediente abierto	Argumentos en vivo	Momento Económico en vivo	Temas de nuestra historia en vivo	9:30 a 10:30	
10:30 a 11:00		en vivo	Voces de la democracia		El milenio por venir en vivo	10:30 a 11:00	
11:00 a 11:30	Fonoteca Raúl Helmer					11:00 a 11:30	
11:30 a 12:00						11:30 a 12:00	
12:00 a 13:00	Diálogo jurídico en vivo	Ingeniería en marcha en vivo	Consultorio fiscal en vivo	Las voces de la salud en vivo	Brújula en mano en vivo	12:00 a 13:00	
13:00 a 13:30		Entrevista especial		Entrevista especial		13:00 a 13:30	
13:30 a 13:45	enfoque BBC de Londres					13:30 a 13:45	
13:45 a 14:00						13:45 a 14:00	
14:00 a 14:15	Ciencias agrícolas en México	Por pura curiosidad en vivo	La respuesta está en la ciencia en vivo	A la luz de la ciencia en vivo	Comunicación Educativa	14:00 a 15:00	
14:15 a 14:30	La ciencia al día					14:00 a 15:00	
14:30 a 14:45						14:00 a 15:00	
14:45 a 15:00	En la ciencia					14:00 a 15:00	
15:00 a 15:30	Radio UNAM informa					15:00 a 15:30	
15:30 a 16:00	Italia canta	Cartelera cinematográfica 15:30 hrs.				15:30 a 15:45	
16:00 a 17:00		La voz del tintero 16:30 hrs.	Goya deportivo 16:00 hrs.	Clásicos del rock 15:30 hrs.	Por el sendero de los libros	15:45 a 16:00	
17:00 a 17:30	Biblioteca de voces	Querido señor fantasía 17:00 hrs.	La ciencia desde México 17:00 hrs.	Alas y raíces 16:30 hrs.	Los bienes terrenales	16:00 a 17:00	
17:30 a 18:00		17:30 hrs.	Se regala cascajo 17:30 hrs.		Vasos comunicantes en vivo 17:30 hrs.	Las ondas del chopo en vivo	17:00 a 18:00
18:00 a 19:00	El blues inmortal	Saint John's Wood Los Beatles 18:30 hrs.	Radio Etiopía 18:30 hrs.		Coisas do Brasil	18:00 a 19:00	
19:00 a 20:00	Panorama del jazz					19:00 a 20:00	
20:00 a 20:30	Radio UNAM informa					20:00 a 20:30	
20:30 a 21:30	La guitarra en el mundo	La frontera del siglo	Clérigos, juglares y trovadores	Melomanía	Pensamiento musical en la historia	20:30 a 21:30	
21:30 a 22:30		Música perdida*	La música en la vida	Música perdida	Concierto OFUNAM	21:30 a 22:30	
22:30 a 23:30	El croar de la serpiente			En la noche de los tiempos		21:30 a 00:00	
23:30 a 0:00							
23:30 a 0:00	Revista cultural europea de Radio Francia Internacional					00:00 a 00:30	
0:00 a 0:30						0:00 a 0:30	
1:00	HIMNO NACIONAL					1:00	
	Fin de transmisión						

AGOSTO 1998









* retransmisión

Programación electrónica
<http://www.unam.mx/radiounam/>

Programación electrónica
Correo Electrónico: radiounam@www.unam.mx






















ANEXO 14

Programación AM y FM agosto 1998.

HORA	SABADO	DOMINGO	HORA
7:00 a 7:07	Rúbrica		7:00 a 7:07
7:07 a 7:45	Idiomas	 7:07 a 7:45	
7:45 a 8:00	Entre pies y pieza		7:45 a 8:00
8:00 a 9:00	Goya deportivo en vivo	Niños que encontraron un autor	8:00 a 8:30
		Con tantita ciencia	8:30 a 8:45
		Del tingó al tango	8:45 a 9:00
9:00 a 9:07	Cartelera cinematográfica		9:00 a 9:07
9:07 a 10:00	Sube y baja en vivo	Hola Luis en vivo	9:07 a 10:00
10:00 a 11:00	Hola Luis en vivo	Domingo 7	10:00 a 12:00
11:00 a 12:00		en vivo	
12:00 a 13:00	La voz de la experiencia en vivo	Concierto hasta 16 de agosto Sinfónica de minería (control remoto)	12:00 a 14:30
13:00 a 14:00	Buen provecho en vivo		
14:00 a 15:00	El anaquel		
15:00 a 15:30	Peña radio	Cien años de tango	14:30 a 15:30
15:30 a 16:00	Música alternativa	Caminos de ayer	15:30 a 16:00
16:00 a 17:00		Las alas de la trova yucateca	16:00 a 16:30
17:00 a 18:00	Confesiones y confusiones en vivo	La música que hace la diferencia	16:30 a 18:00
18:00 a 18:30		 OPERA	18:00 a 21:30
18:30 a 19:30			
19:30 a 20:00			
20:00 a 21:00			
21:00 a 22:00		Música en imágenes	21:30 a 22:00
22:00 a 1:00		LA HORA NACIONAL	22:00 a 23:00
		Alma de concreto	23:00 a 24:00
			24:00 a 1:00
1:00	HIMNO NACIONAL Fin de transmisión		1:00

ANEXO 14

Programación AM y FM agosto 1998.

							96.1 Mhz. FM		
DISEÑO: Salvador Benítez Espinoza									
HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	_HORA			
6:00-7:00	Rúbrica								▲
7:00-7:30	Idiomas								▲
7:30-8:00	Noticiero de Radio Francia Internacional			Las relaciones internacionales de México		∞		▲	
8:00-8:30	Radio UNAM informa								▲
8:30-9:00	en vivo Plaza Pública								▲
9:00-9:30	Espacio Universitario		en vivo Conversaciones					▲	
9:30-10:00			 10:30 hrs.					▲	
10:00-10:30	Diálogo jurídico	Ingeniería en marcha	Consultorio fiscal	Las voces de la salud	Brújula en mano			▲	
10:30-11:00								▲	
11:00-11:30	Radio UNAM informa								▲
11:30-12:00	Concierto Vespertino								▲
12:00-12:30	Por el sendero de los libros			Música en imágenes	Notas sobre notas			▲	
12:30-13:00				 17:00 hrs.				▲	
13:00-13:30	El mundo de la lírica	En el espacio y en el tiempo	Hacia una nueva música	17:30 hrs.	Esta semana en la OFUNAM			▲	
13:30-14:00		en vivo		Los libros tienen la palabra	Tiempo de audioteca			▲	
14:00-14:30	Panorama del jazz								▲
14:30-15:00	Radio UNAM informa								▲
15:00-15:30	La guitarra en el mundo	La frontera del siglo	Clérigos, juglares y trovadores	Melomanía	Pensamiento Musical en la historia			▲	
15:30-16:00		Música perdida*	La música en la vida	Música perdida	Concierto OFUNAM			▲	
16:00-16:30	El croar de la serpiente			En al noche de los tiempos					▲
16:30-17:00									▲
17:00-18:00	_Revista cultural europea de Radio Francia Internacional								▲
18:00-19:00									▲
19:00	HIMNO NACIONAL								▲
	Fin de transmisión								▲

AGOSTO 1998

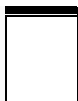
* retransmisión

<http://www.unam.mx/radiounam/>

Correo Electrónico: radiounam@www.unam.mx

ANEXO 14

Programación AM y FM agosto 1998.



96.1 Mhz. FM

DISEÑO: Salvador Benitez Espinoza

HORA	SABADO	DOMINGO	HORA
7:00 a 7:07	Rúbrica		7:00 a 7:07
7:07 a 7:45	Idiomas		7:07 a 7:45
7:45 a 8:00	Entre pies y pieza		7:45 a 8:00
8:00 a 9:00	Goya deportivo en vivo	Niños que encontraron un autor	8:00 a 8:30
		Con tantita ciencia	8:30 a 8:45
		Del tingo al tango	8:45 a 9:00
9:00 a 9:07	Cartelera cinematográfica		9:00 a 9:07
9:07 a 10:00	Sube y baja en vivo	en vivo Hola Luis	9:07 a 10:00
10:00 a 11:00	en vivo Hola Luis	Domingo 7	10:30 a 12:00
11:00 a 12:00		en vivo	
12:00 a 13:00	La voz de la experiencia en vivo	Concierto hasta 16 de agosto Sinfónica de minería (control remoto)	12:30 a 14:00
13:00 a 14:00	Buen provecho en vivo		
14:00 a 15:00	El croarr de la serpiente en vivo	17-31 de agosto Concierto OFUNAM	
15:00 a 16:00	Coisas do Brasil *		14:30 a 15:30
16:00 a 17:00	Panorama del jazz *	Clérigos, juglares y trovadores	15:30 a 16:30
17:00 a 18:00	Radio Etiopía *	La guitarra en el mundo *	16:30 a 17:30
18:00 a 19:00	El blues inmortal *		17:30 a 18:30
19:00 a 20:00	Ex - perimento	Pensamiento musical en la historia *	18:30 a 19:30
20:00 a 20:30		Tiempo de audioteca *	19:30 a 20:30
20:30 a 1:00		Confío al croarr	20:30 a 21:30
			21:30 a 22:00
		LA HORA NACIONAL	22:00 a 23:30
			9:30 a 10:30
1:00	HIMNO NACIONAL	Fin de transmisión	1:00

AGOSTO 1998

* retransmisión

<http://www.unam.mx/radiounam/>

Correo Electrónico: radiounam@www.unam.mx

ANEXO 15

Mediómetro Radio Ciudad de México, International Research México S.A. de C. V., (Inra).

Banda	Anun.	Rating	Cume	Frec.	Grps.	Miles de impactos
AM	288	.0526	.436	34.76	15.16	2,146
FM	288	.0526	.44	288	15.16	2,143

Universo: 14,140,596
 Costo de la pauta: \$ 28,800.00
 Valor por Punto de Rating: 141,405.96
 C.P.M.I. 13.44

FRECUENCIA	POBLACIÓN %	CUME Personas (en miles)
Apagado y Otras Estaciones	99.56	14,078.94
1 o más	0.44	61.65
2 o más	0.44	61.65
3 o más	0.40	57.03
4 o más	0.39	54.56
5 o más	0.32	45.01
6 o más	0.32	45.01
7 o más	0.24	33.29
8 o más	0.23	32.06
9 o más	0.16	22.50
10 o más	0.16	22.50

Fuente: International Research México, S.A. de C. V. (Inra), febrero de 2001.

ANEXO 16

Programación AM y FM noviembre 2001.

	XEYU	9600 Khz. Onda Corta. Banda internacional de 31mts. / 860 Khz. AM
---	-------------	---

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	HORA
6:55 a 7:00	Rúbrica					6:55 a 7:00
7:00 a 7:30	▶					7:00 a 7:30
7:30 a 8:30	Noticiero de Radio Francia Internacional					7:30 a 8:00
8:00 a 8:30	Radio UNAM informa					8:00 a 8:30
8:30 a 9:30	▶ Plaza Pública					8:30 a 9:30
9:30 a 10:30	▶ Espacio Universitario <i>en vivo</i>	Las relaciones internacionales de México	Buen Provecho	Momento económico	Teoría de nuestra historia	9:30 a 10:30
10:30 a 11:30	▶	Chiapas expediente abierto <i>en vivo</i>	Voces de la democracia <i>en vivo</i>	América del norte hoy	La tierra nuestra de cada día <i>en vivo</i>	10:30 a 11:30
11:00 a 12:00	▶					11:00 a 12:00
12:00 a 13:00	▶ Diálogo jurídico <i>en vivo</i>	Ingeniería en marcha <i>en vivo</i>	Consultoría fiscal Universitaria <i>en vivo</i>	Las voces de la salud <i>en vivo</i>	Brújula en mano <i>en vivo</i>	12:00 a 13:00
13:00 a 15:00	▶ Rocha en Radio UNAM					13:00 a 15:00
15:00 a 15:30	▶ Revista informativa y cultural europea de Radio Francia Internacional					15:00 a 15:30
15:30 a 15:40	▶ Cartelera Escaparate cultural					15:30 a 15:40
15:40 a 15:55	▶ Interacción académica *	▶ Cartelera de actividades musicales				15:40 a 15:45
15:55 a 16:30	▶					15:55 a 16:30
16:30 a 17:00	▶ La feria de los libros <i>en vivo</i>		Goya deportivo <i>en vivo</i>	Esta semana en la OFUNAM	Los bienes terrenales <i>en vivo</i>	16:30 a 17:30
17:00 a 17:30	▶ Biblioteca de voces	La voz del tintero 17:00		Alas y raíces 17:00 hrs.	Las ondas del chopo <i>en vivo</i>	17:30 a 18:30
17:30 a 18:00	▶ Al pie de las letras *	Querido señor fantasía	Radio Etiopía	Vasos comunicantes <i>en vivo</i>		
18:00 a 19:00	▶ El blues inmortal	Saint John's Wood Los Beatles 18:30 hrs.				Por el sendero de los libros *
19:00 a 20:00	▶ Deslinda <i>en vivo</i>					19:00 a 20:00
20:00 a 20:30	▶ Radio UNAM informa					20:00 a 20:30
20:30 a 21:30	▶ La guitarra en el mundo	Tiempo de análisis <i>en vivo</i>	Discrepancias <i>en vivo</i>	Melomanía	Pensamiento musical en la historia	20:30 a 21:30
21:30 a 22:30	▶ Mundo sinfónico	Música perdida	Clérigos, juglares y trovadores	Música perdida	Esta semana en la OFUNAM	21:30 a 21:40
22:30 a 1:00	▶	Sentido contrario <i>en vivo</i>	Música por entregas	Esta semana en la OFUNAM	Música abierta	21:40 a 22:30
1:00	▶ HIMNO NACIONAL					1:00
	▶ Fin de transmisión					

NOVIEMBRE 2001

* retransmisión

Programación compartida con FM

Programación exclusiva de AM y Onda Corta

<http://www.unam.mx/radiounam/>

Correo Electrónico: radiounam@dragon.dgsca.unam.mx

ANEXO 16

Programación AM y FM noviembre 2001.



XEYU

9600 Khz. Onda Corta.
 Banda internacional de 31 mts.

/860 Khz. AM

HORA	SABADO	DOMINGO	HORA
7:00 a 7:07	Rúbrica		7:00 a 7:07
7:07 a 8:00			7:07 a 8:25
8:00 a 9:00	Goya deportivo en vivo	Esta semana en la OFUNAM	8:25 a 8:35
9:00 a 9:30	Letra y música en América latina	Espacio de música para niños	8:35 a 8:55
9:30 a 10:00	Música de la costa de Perú	Cartelera de actividades musicales	8:55 a 9:00
10:00 a 11:00	Africa, Africa	Hola Luis	9:07 a 10:00
11:00 a 12:00	Trovando para los niños en vivo	Domingo 7	10:00 a 12:00
12:00 a 12:05	Cartelera de actividades musicales		
12:05 a 13:00		OFUNAM Concierto	
13:00 a 14:00			12:00 a 14:30
14:00 a 15:00	El anaquel	Cien años de tango	14:30 a 15:30
15:00 a 15:30	Peña radio	Caminos de ayer	15:30 a 16:00
15:30 a 16:00	Música popular alternativa	En alas de la trova yucateca en vivo	16:00 a 16:30
16:00 a 17:00		La música que hace la diferencia	16:30 a 18:00
17:00 a 18:00	Confesiones y confusiones en vivo		
18:00 a 18:10	Esta semana en la OFUNAM		18:00 a 21:30
18:10 a 1:00			21:30 a 22:00
		LA HORA NACIONAL	22:00 a 23:00
		Alma de concreto	23:00 a 24:00
			24:00 a 1:00
1:00	HIMNO NACIONAL	Fin de transmisión	1:00

Programación compartida con FM

NOVIEMBRE 2001

* retransmisión

Programación exclusiva de AM y Onda Corta

<http://www.unam.mx/radiounam/>

Correo Electrónico: radiounam@dragon.dgsca.unamx

ANEXO 16

Programación AM y FM noviembre 2001.



HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	HORA		
6:55 a 7:00	Rúbrica					▲	6:55 a 7:00	
7:00 a 7:30	▶					▲	7:00 a 7:30	
7:30 a 8:30	Noticiero de Radio Francia Internacional					▲	7:30 a 8:00	
8:00 a 8:30	Radio UNAM informa					▲	8:00 a 8:30	
8:30 a 9:30	Plaza Pública					▲	8:30 a 9:30	
9:30 a 10:30	Espacio Universitario en vivo	Cápsula de actividades musicales			Esta semana en la OFUNAM	▲	9:30 a 9:35	
						Interrelación académica	▲	9:35 a 10:00
						Esta semana en la OFUNAM	▲	10:00 a 10:15
10:30 a 13:00	▶			Esta semana en la OFUNAM	▲	10:25 a 12:50		
						▲	12:50 a 13:00	
13:00 a 15:00	Rocha en Radio UNAM					▲	13:00 a 15:00	
15:00 a 15:30	Revista informativa y cultural europea de Radio Francia Internacional					▲	15:00 a 15:30	
15:30 a 15:40	Cartelera Escaparate cultural					▲	15:30 a 15:40	
15:45 a 17:45	Cartelera de actividades musicales					▲	15:40 a 15:45	
	▶		Música por entregas		▶	▲	15:45 a 17:00	
17:45 a 18:00	▶ Por el sendero de los libros	Música sin fronteras	Notas del jazz		Concierto de la ENM en la Sala Julián Carrillo	▲	17:00 a 19:00	
18:00 a 19:00	▶ Magacine en vivo	En el espacio y en el tiempo en vivo	Hacia una nueva música					
19:00 a 20:00	Panorama del Jazz					▲	19:00 a 20:00	
20:00 a 20:30	Radio UNAM informa					▲	20:00 a 20:30	
20:30 a 21:30	▶ La guitarra en el mundo	Tiempo de análisis en vivo	Discrepancias en vivo 20:15 hrs.	Melomanía	Pensamiento musical en la historia	▲	20:30 a 21:30	
21:30 a 22:30	▶ Mundo sinfónico	Música perdida	Clérigos, juglares y trovadores 21:00hrs.	Música perdida	Esta semana en la OFUNAM	▲	21:30 a 21:40	
22:30 a 1:00	▶		Música por entregas 22:00 hrs.	Esta semana en la OFUNAM		▲	22:30 a 22:40	
	Sentido contrario en vivo 23:00 hrs					▲	22:40 a 1:00	
1:00	HIMNO NACIONAL Fin de transmisión					▲	1:00	

NOVIEMBRE 2001

* retransmisión

Programación compartida con AM y Ondas Cortas

<http://www.unam.mx/radiounam/>

Programación exclusiva de FM

Correo Electrónico: radiounam@dragon.dgsca.unam.mx












ANEXO 16

Programación AM y FM noviembre 2001.



XEUN

96.1 Mhz. FM

HORA	SABADO	DOMINGO	HORA
.7:00 a 7:07	Rúbrica		.7:00 a 7:07
.7:07 a 8:00			.7:07 a 8:25
8:00 a 9:00	Goya deportivo en vivo	Esta semana en la OFUNAM	8:25 a 8:35
		Espacio de música para niños	8:35 a 8:55
		Cartelera de actividades musicales	8:55 a 9:00
9:00 a 9:30	▶ Letra y música en América latina	en vivo	9:07 a 10:00
9:30 a 10:00	▶ Música de la costa de Perú		
10:00 a 11:00	▶ Africa, Africa	Domingo 7	
11:00 a 12:00	▶ Trovando para los niños en vivo	en vivo	10:00 a 12:00
12:00 a 12:05	▶ Cartelera de actividades musicales		
12:00 a 13:00		OFUNAM Concierto	
13:00 a 14:00			12:00 a 14:30
14:00 a 14:50			
14:50 a 15:00	▶ Esta semana en la OFUNAM		14:30 a 15:30
15:00 a 16:00	▶ Sonidos de la tierra	Clerigos, juglares y trovadores *	15:30 a 16:30
16:00 a 17:00	▶ El bues inmortal *	La guitarra en el mundo *	16:30 a 17:30
17:00 a 18:00	▶ Panorama del jazz *		17:30 a 18:30
18:00 a 19:00	▶ Radio Etiopía *	Pensamiento musical * en la historia	18:30 a 19:30
19:00 a 20:00	▶ Ex-perimento	Mundo sinfónico *	19:30 a 20:30
20:00 a 20:10	▶ Esta semana en la OFUNAM		
20:10 a 1:00			20:30 a 22:00
		LA HORA NACIONAL	22:00 a 23:00
			24:00 a 1:00
1:00	HIMNO NACIONAL	Fin de transmisión	1:00

NOVIEMBRE 2001

* retransmisión

Programación compartida con AM y Onda corta

Programación exclusiva de FM

<http://www.unam.mx/radiounam/>

Correo Electrónico: radiounam@dragon.dgsc.unam.mx

ANEXO 17

Organismos relacionados con Radio UNAM.

1) Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES).

La Universidad Nacional Autónoma de México es uno de los 134 miembros que conforman la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES).

La ANUIES es una asociación no gubernamental que surgió el 25 de marzo de 1950 "teniendo entre sus finalidades fomentar el intercambio de personas, de información y de servicios entre las instituciones asociadas, como medio de coadyuvar a su desarrollo dentro del Sistema Educativo Nacional".²⁶⁸

En septiembre de 1998, y para responder a los requerimientos de sus asociados ante los cambios que día a día se presentan, la ANUIES hizo algunas modificaciones a su interior dando como resultado el establecimiento de una nueva misión para ella y su Secretaría General Ejecutiva: "(...)contribuir a la integración del sistema de educación superior y al mejoramiento integral y permanente de las instituciones afiliadas en los ámbitos de la docencia, la investigación y la difusión de la cultura, en el contexto de los principios democráticos de pluralidad, de equidad y de libertad..."²⁶⁹

La misión fue aprobada en el marco de la XXIX Sesión Ordinaria de la Asamblea General llevada a cabo en la Universidad de Guanajuato y en los Institutos Tecnológicos de Celaya y León. Para llevarla a la práctica, la ANUIES se ha fijado los siguientes objetivos:

- Promover el mejoramiento integral y permanente de la calidad y cobertura de los programas y servicios que ofrecen las instituciones afiliadas.
- Realizar estudios estratégicos sobre la educación superior para prever los cambios, diseñar y concertar políticas, y sustentar la toma de decisiones.
- Articular los intereses académicos y administrativos de las instituciones asociadas y representarlas ante instancias gubernamentales y organismos públicos y privados, nacionales y extranjeros.
- Propiciar la complementariedad, la cooperación, la internacionalización y el intercambio académico de sus miembros.
- Aportar soluciones a los problemas de la educación superior y opciones para su desarrollo con calidad en los ámbitos nacional, regional y estatal.
- Promover proyectos y actividades interinstitucionales que propicien la convergencia de intereses de las instituciones asociadas para una mejor comunicación y realización de tareas comunes.

²⁶⁸Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Enseñanza Superior, *Anuario estadístico 1990. Licenciatura*, México, 1991, p XIII.

²⁶⁹Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior en <http://www.anui.es.mx>.

- Promover las relaciones y el establecimiento de convenios con organizaciones nacionales y extranjeras, al igual que con los sectores social y productivo.²⁷⁰

Para formar parte de la ANUIES, las IES deben cumplir una serie de requerimientos marcados en el Estatuto de la asociación. En el artículo 8 se señala:

Tendrá calidad de asociada, la Institución de Educación Superior de carácter público o particular que:

- I Realice las funciones de docencia, investigación y difusión de la cultura y extensión de los servicios y cuente con al menos tres programas académicos formales en cualesquiera de los distintos niveles de educación superior, equivalentes a los que la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura reconoce como de educación terciaria;
- II. No forme parte de otra institución asociada o asociable a la ANUIES, con carácter de dependencia o incorporación de estudios;
- III. Haya alcanzado la antigüedad, el número de alumnos matriculados y egresados titulados o con el grado correspondiente a los niveles de calidad, desarrollo y consolidación académica, conforme a los criterios que establezca periódicamente la Asamblea General.²⁷¹

La ANUIES es una asociación con un amplio reconocimiento no sólo entre las IES, sino ante las autoridades gubernamentales también, pues "ha participado en la formulación de programas, planes y políticas nacionales, así como en la creación de organismos orientados al desarrollo de la educación superior mexicana".²⁷²

A instancias de la ANUIES, se creó el Sistema Nacional de Productoras y Radiodifusoras de las Instituciones de Educación Superior (SINPRIES). Pero antes de profundizar en el SINPRIES es necesario hablar de su antecesor, el Programa Nacional de Colaboración de Radiodifusoras Universitarias (PNCRU).

2) Programa Nacional de Colaboración de Radiodifusoras Universitarias (PNCRU).

Como ya se ha hecho mención, después de que Radio UNAM saliera al aire aquella noche del 14 de junio de 1937, otras universidades de provincia siguieron su ejemplo.

Ante el cada vez mayor número de emisoras universitarias, se conformó -en 1979- la Organización Nacional de las Radios Universitarias "con el propósito de crear una red de intercambio de conocimientos, experiencias y programación , así como de llevar emisiones en conjunto".²⁷³

²⁷⁰ *Idem.*

²⁷¹ *Idem.*

²⁷² *Idem.*

²⁷³ Brice, Luis Felipe, "La lucha por sobrevivir en el cuadrante", *Página Uno*, suplemento del *Unomasuno*, México, D.F., Núm. 821, 29 de junio de 1997, p.15.

El objetivo se concretó con la puesta en marcha

(...) con carácter experimental, una forma de enlace (la Red Universitaria) cuya primera emisión se verificó el 29 de marzo de 1979, con motivo de la inauguración del Auditorio Julián Carrillo. En esta inicial transmisión de la Red Universitaria participaron las siguientes estaciones: Radio Universidad de Guadalajara, Radio Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Radio Universidad de San Luis Potosí, Radio Universidad de Sonora, Radio Universidad Veracruzana y Radio Universidad de Yucatán.²⁷⁴

Las frecuencias involucradas acordaron que los contenidos a difundir a través de la Red Universitaria deberían ser educativos, musicales, teatrales e informativos.

Posteriormente, el 20 de febrero de 1980, durante la Tercera Reunión de Radiodifusoras Universitarias de la República Mexicana, la Organización creó el Programa Nacional de Colaboración de Radiodifusoras Universitarias (PNCRU). Tal Programa fue suscrito por 12 de las 14 emisoras de este tipo existentes y sus objetivos fueron:

- Fomentar, fortalecer e impulsar la radiofonía universitaria.
- Establecer contacto con organismos afines de otras latitudes.
- Promover la pluralidad y la apertura a todas las corrientes en las radios universitarias.
- Coadyuvar a una mayor difusión de las manifestaciones tanto de la cultura universitaria, en particular, como de la cultura mexicana, en general.

Además se establecieron cinco comisiones (de organización, técnica, de coproducción y copiado, de redes y enlaces y de información). Las primeras tareas convenidas fueron: apoyar las solicitudes de permisos presentadas por algunas casas de estudios, equilibrar la difusión de la cultura universal y la nacional y organizarse regionalmente. Tarea esta última que se cumplió en el Noroeste, así como un convenio de coproducción. Más allá de ello, ese primer esfuerzo organizativo no fructificó.²⁷⁵

Si bien es cierto que tanto la Red Universitaria Mexicana como el PNCRU fomentaron la unión y el trabajo conjunto entre las emisoras de carácter universitario, ambos fracasaron en sus intentos, debido, entre otras cosas, a los constantes cambios de directores y a la aparición de otras emisoras pertenecientes a diversas IES.

De una nueva Red Universitaria no se ha tenido noticia alguna. Por su parte, el PNCRU cedió el paso al Sistema Nacional de Radioproductoras y Radiodifusoras de las Instituciones de Educación Superior (SINPRIES).

3) Sistema Nacional de Radioproductoras y Radiodifusoras de las Instituciones de Educación Superior (SINPRIES).

El Sistema Nacional de Radioproductoras y Radiodifusoras de las Instituciones de Educación Superior surgió como producto de los esfuerzos de la ANUIES, principalmente.

²⁷⁴ Curiel, Fernando, "La radiodifusión universitaria", *Deslinde. Cuadernos de política universitaria*, México, D.F., Centro de Estudios sobre la Universidad, UNAM, Núm. 127, 1980, pp. 21 y 22.

²⁷⁵ Brice, Luis Felipe, Art. cit., p. 15.

"(...) la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior y la Universidad de Guanajuato asumieron la responsabilidad de estimular la reflexión, no sólo de radioemisoras sino también de radioproductoras de las instituciones de educación superior, acerca de los problemas comunes y las perspectivas de desarrollo tecnológico y conceptual.

Esto favoreció la agrupación de dichos organismos en el Sistema Nacional de Radioproductoras y Radiodifusoras de las Instituciones de Educación Superior (SINPRIES).²⁷⁶

Durante la Reunión Extraordinaria del Sistema Nacional de Radioproductoras y Radiodifusoras de las Instituciones de Educación Superior sostenida en Radio UNAM con motivo del sexagésimo aniversario de la emisora se indicó que "la radio de las IES a nivel nacional, se enmarca dentro de los procesos académicos y políticos de la función de difusión cultural y extensión de los servicios, por lo que se integra en el Programa Nacional de Extensión de la Cultura y los Servicios, aprobado en la XXVI Asamblea General de la ANUIES en 1995".²⁷⁷

En dicho Programa se elaboró el *Subprograma Nacional para el Mejoramiento de la Radio de las Instituciones de Educación Superior* y, con el fin de llevar a la práctica las propuestas del *Subprograma*, se constituyó el SINPRIES. A éste, lo integran las instituciones que conforman a la ANUIES.

Los objetivos del SINPRIES son:

- Fortalecer la función social de las instituciones de educación superior mejorando y ampliando la cobertura de la difusión, divulgación y promoción de la cultura y del conocimiento científico, tecnológico, humanístico y artístico que se genere dentro de ellas contribuyendo a la formación del sector de las instituciones de educación superior y de la población en general.
- Propiciar que la difusión y divulgación de las tareas sustantivas de las instituciones de educación superior a través de la comunicación radiofónica, sea amplia y plural.
- Procurar que las productoras y radiodifusoras del SINPRIES tengan acceso a las nuevas tecnologías para el desarrollo de la producción y radiodifusión.
- Promover la capacitación para el desarrollo y optimización de recursos humanos, técnicos y materiales encaminados a elevar la calidad de los productos diseñados y producidos por los miembros del SINPRIES.
- Contribuir a fortalecer los vínculos interinstitucionales y establecer una relación estrecha con organismos nacionales e internacionales.

Sus políticas se definen así:

- Promover la condición plural y abierta a todas las corrientes del pensamiento en la radiodifusión cultural universitaria experimental y educativa que se genera al interior de las instituciones de educación superior.
- Coadyuvar a la difusión, con la mayor amplitud posible de las diversas expresiones de la investigación académica, docencia y de la cultura universal, nacional, y en particular, la cultura de las instituciones de educación superior.

²⁷⁶ "Los esfuerzos organizativos de las radios universitarias", *Gaceta UNAM*, México, D.F., Núm. 3,112, 23 de junio de 1997, p. 11.

²⁷⁷ *Reunión Extraordinaria del Sistema Nacional de Radioproductoras y Radioemisoras de las Instituciones de Educación Superior*, Documento inédito, Ciudad de México, 11-13 de junio de 1997.

- Relacionarse con los organismos y programas nacionales e internacionales que persigan propósitos afines y que cuenten con recursos financieros para la propuesta ^[sic] en marcha de proyectos de producción y transmisión conjuntas, a través de su diseño de carácter regional y nacional.
- Fomentar la formación y capacitación de recursos humanos, así como el intercambio de materiales para el fortalecimiento de las actividades radiofónicas en el campo universitario cultural y educativo.
- Coordinar estudios conjuntos tendientes a una definición cada vez mayor de los marcos, que dentro de las exposiciones normativas y otros instrumentos legales aplicables corresponden a la radiodifusión universitaria, cultural y educativa.
- Apoyar a las instituciones de educación superior que carecen de radioemisora para coproducir programas interinstitucionales.
- Promover y extender la actividad radiofónica universitaria, cultural y educativa y transmitir en el ámbito local, regional y nacional con el objetivo de desarrollar cuadros profesionales que respondan a las necesidades de la población estudiantil, artística, académica, de investigación y en general de los distintos campos de la cultura y la educación.
- Gestionar ante las autoridades correspondientes solicitudes respecto al otorgamiento, facilidades, estímulos y apoyos a la tarea de la producción radiofónica universitaria, cultural y educativa.

El SINPRIES está estructurado por corredurías regionales y tiene como organización nacional, a las reuniones nacionales ordinarias y extraordinarias...²⁷⁸

Entre los logros obtenidos por el SINPRIES "se encuentra el reconocimiento institucional, a pesar de que en muchos casos las emisoras subsisten en las instituciones por casualidad, también ha fortalecido el trabajo regional a través de los corredores regionales de la ANUIES, lo que ha permitido desarrollar proyectos de coproducción, capacitación, intercambios y acercamiento de productoras o radiodifusoras que no pertenecen a [la] ANUIES".²⁷⁹

4) Red Nacional de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales, A. C.

La Red Nacional de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales, A. C., agrupa a los sistemas estatales de radio y televisión. Radio UNAM y Radio Educación fungen como miembros honorarios, condición por la que además, quedan exentas del pago de la cuota correspondiente.

La red, presidida por Miguel Sánchez de Armas, "(...) está conformada por 96 estaciones de radio y 115 canales de televisión, y cuenta con 31 sistemas asociados de radio y televisión, con una audiencia aproximada de 47 millones de mexicanos".²⁸⁰

²⁷⁸ Solís Lereee, Beatriz (coord.), *Los medios públicos de comunicación en el marco de la reforma del Estado en México*, México, Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía LVII Legislatura de la H. Cámara de Diputados, 2000, pp. 194 y 195.

²⁷⁹ *Ibid.*, p. 193.

²⁸⁰ Sosa Plata, Gabriel, "La sintonía de la radio mexicana en el 2000", *Revista Mexicana de Comunicación*, México, D.F., RMC Comunicación S.A., Año 13, Núm. 68, marzo-abril de 200, p.33.

En septiembre de 2000, el puerto de Acapulco fue sede del *Simposium Internacional de Radio Cultural* organizado por la red. En dicho foro "(...) se quedaron cortos de alcanzar *Espacio 2000* de Televisa", declaró Estrada.²⁸¹

Relató: "Había muchos jóvenes, pero lo más triste no es que estuvieran los jóvenes, sino que no hubiera una definición real, verdadera y con toda certeza de para qué sirve, en primer lugar, un medio y; en segundo lugar, qué es un medio cultural"..²⁸²

En otras palabras, Estrada comentó que los asistentes se encontraban "hablando de las más caras vanalidades como en la radio comercial, presentando equipos de trabajo y de producción de lo más vanal, programas de jóvenes más que repetitivos de los que ya existen...con un concepto erróneo de lo que debería ser la radio cultural y educativa, y en segundo lugar, presa del botín político de quienes dirigen esa red"..²⁸³

Su opinión se ve reforzada por las conclusiones de quienes asistieron al encuentro procedentes de estados tales como: Chiapas, Colima, Coahuila, Campeche, Michoacán, Sonora, Veracruz y Puebla.

"—En ese encuentro -afirmaron- no hubo espacios para el diálogo ni para presentar trabajos, muchos de nosotros traíamos ejemplos de lo que hacemos en las radiodifusoras culturales de nuestros estados. Faltó la presencia de instituciones involucradas con las preguntas que planteamos, por lo que no hubo retroalimentación"..²⁸⁴

Finalmente, y con respecto a los representantes de Radio UNAM y Radio Educación, el Lic. Estrada dijo: "(...) fuimos 20 y nos salimos. En primer lugar, hicimos críticas muy duras frente a los organizadores y los ponentes. Al primer día decidimos mejor salirnos para no compartir esa idea que se tiene de la radio cultural y educativa"..²⁸⁵

²⁸¹ Entrevista con Manuel Estrada, subdirector de Producción de Radio UNAM, México, enero de 2001, 1 minicassette, 95 mins.

²⁸² *Idem.*

²⁸³ *Idem.*

²⁸⁴ "Engaños", *El Financiero*, Sección Cultural, México, D.F., 2 de octubre de 2000, p. 88.

²⁸⁵ Entrevista con Manuel Estrada, subdirector de Producción de Radio UNAM, México, enero de 2001, 1 minicassette, 95 mins.

BIBLIOGRAFÍA

- ACOSTA Valverde, Miguel. *Los medios de comunicación y la educación ciudadana, (Folleto)*, 1ª ed., 1ª reimp., México, Academia Mexicana de Derechos Humanos, 1999, 27 pp.
- AGUAYO, Sergio, *El almanaque mexicano: un compendio exhaustivo sobre México en un lenguaje accesible y claro*, México, Ed. Grijalbo, 2000, 431 pp.
- ANDA y Ramos, Francisco de, *La radio. El despertar del gigante*, México, Ed. Trillas, 1997, 512 pp.
- ASOCIACIÓN DE RADIODIFUSORES DEL VALLE DE MÉXICO, *Una historia que sí suena. 1973-1998*, México, 1998, 335 pp.
- ASOCIACIÓN NACIONAL DE UNIVERSIDADES E INSTITUTOS DE ENSEÑANZA SUPERIOR, *Anuario estadístico 1990. Licenciatura*, México, 1991, 616 pp.
- BASSETS, Lluís, *et al., De las ondas rojas a las radio libres*, Barcelona, Ed. Gustavo Gil, 1981, 289 pp.
- BOHMANN, Karin, *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, México, Alianza Editorial Mexicana y Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1989, 399 pp.
- CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE RADIO Y TELEVISIÓN, *Directorio2000*, México, 2000, 243 pp.
- Catálogo de la Fonoteca de Radio UNAM 1992*. Documento inédito.
- COLLIN, Claude. *Radiopoder. La radio como instrumento de participación social y política*, trad. Eva Grosser, México, Folios Ediciones, 1983, 223 pp.
- Cronología Técnica de Radio UNAM: 1937-1997*. Documento inédito.
- DIRECCIÓN GENERAL DE DIFUSIÓN CULTURAL, UNAM, *Radio Universidad: Anuario*, México, 1963.
- FAUS Belau, Ángel, *La era audiovisual. Historia de los primeros cien años de la radio y la TV*, Barcelona, Ediciones internacionales EIUNSA, S. A, 1995, pp.
- FERNÁNDEZ Christlieb, Fátima, *Los medios de difusión masiva en México*, México, Ed. Juan Pablos, 1982, 330 pp.

FLEUR, Melvin de, *Teorías de la comunicación masiva*, 4ª ed., Buenos Aires, Paidós, 1979, 251 pp.

GARZA, Ramiro, *La radio, presente y futuro*, México, Edamex, 1998, 242 pp.

GUINSBERG, Enrique, *Control de los medios, control del hombre*, México, Pangea Editores y UAM-Xochimilco, 1988, 158 pp.

HERNÁNDEZ, Rogelio (coordinador), *Para conocer a los periodistas*, México, Ediciones ¡UníoS!, 1997, 179 pp.

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURÍDICAS, UNAM y Departamento del Distrito Federal, *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (comentada)*, México, 1990, 608 pp.

INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO Y RADIO FRANCIA INTERNACIONAL, *La radio frente al nuevo milenio*. (Memoria), Ciudad de México, 27-29 de octubre de 1997, 300 pp.

INSTITUTO NACIONAL INDIGENISTA, *Primeras jornadas de la radiodifusión cultural indigenista. INI. Encuentro hacia una cultura de la tolerancia y la diversidad*, (Memoria), Ciudad de México, 28-30 de agosto de 1995, 261 pp.

INSTITUTO NACIONAL INDIGENISTA, *Tríptico del Centro de Investigación, Información y Documentación de los Pueblos Indígenas de México (CIIDPIM)*, México, 2001.

INTERNATIONAL RESEARCH MÉXICO, (Inra), *Mediómetro Radio Ciudad de México*, enero de 2001. Documento interno.

KAPLÚN, Mario, *Producción de programas de radio*, 2ª. ed., México, Ed. Cromocolor, 1994, 470 pp.

LEWIS, Peter M. y Booth, Jerry. *El medio invisible. Radio pública, privada, comercial y comunitaria*, trad. Elisa Sanz, Barcelona, Paidós Comunicación, 1992, 320 pp.

MARTÍNEZ Della Rocca, Salvador (coordinador), *Educación superior y desarrollo nacional*, México, Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM, Colección La estructura económica y social de México, 1992, 266 pp.

MEDIOS PUBLICITARIOS MEXICANOS, S.A. DE C.V., *Directorio de medios audiovisuales*, Trimestral, México, Núm. 167, septiembre de 2000, pp.

MEJÍA Prieto, Jorge, *Historia de la radio y la televisión en México*, México, Editores Asociados, S. de R.L., Colección México Vivo, 1972, 322 pp.

- MONTIEL Hernández, Patricia y Villareal Ramos, Laura Patricia. *Estudio de la radio cultural de la Ciudad de México (1970-1996)*, Tesis, México, FCPyS, UNAM, 1997, 125 pp.
- MUÑOZ, Blanca, *Teoría de la pseudocultura. Estudios de sociología de la cultura y de la comunicación de masas*, España, Ed. Fundamentos, Colección Ciencias, 1955, 334 pp.
- MUÑOZ García, María de los Angeles, *Radio Educación. Una difusora cultural del Estado Mexicano*, Tesis, México, FCPyS, UNAM, 1980, 135 pp.
- MUÑOZ Ramírez, Luz María, *XHUPC el modelo de una radiodifusora experimental universitaria. Caso ESIME Culhuacán 1997*, Tesis, México, FCPyS, UNAM, 2001, 135 pp.
- ORNELAS Herrera, Roberto, *La radiodifusión mexicana a principios del siglo XX. (Las comunicaciones inalámbricas en México 1900-1924)*, Tesis, México, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, 1998, 238 pp.
- Primera Reunión Internacional de Radiodifusoras Universitarias, Culturales y Educativas (RIRUCE)*, México, Centro de Estudios sobre la Universidad, UNAM, 1981, 283 pp.
- RADIO UNAM, *Catálogo de la Fonoteca Alejandro Gómez Arias*, 2ª ed., México, 1988, 241 pp.
- REBEIL, Corella, María Antonieta, et al, *Perfiles del cuadrante. Experiencias de la radio*, 1ª edición, 2ª reimp., México, Ed. Trillas, 1997, 314 pp.
- Reunión Extraordinaria del Sistema Nacional de Radioproductoras y Radioemisoras de las Instituciones de Educación Superior*, Documento inédito, Radio UNAM, Ciudad de México, 11-13 de junio de 1997.
- ROMO, Cristina, *La otra radio: voces débiles, voces de esperanza*, México, Fundación Manuel Buendía, A.C. e Instituto Mexicano de la Radio, 1990, 196 pp.
- ROMO Gil, Ma. Cristina, *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*, 1ª ed., 3ª reimp., México, Ed. Diana, 1987, 120 pp.
- SOLÍS Leree, Beatriz (coord.), *Los medios públicos de comunicación en el marco de la reforma del Estado en México*, México, Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía, LVII Legislatura de la H. Cámara de Diputados, 2000, 504 pp.
- THOMPSON, Jhon B., *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de comunicación de masas*, México, UAM-Xochimilco, 1993, 390 pp.
- Todo México 2000. Resumen ilustrado de los acontecimientos más importantes registrados en México durante 1999*, Enciclopedia de México, 2000, 447 pp.

TREJO Delarbre, Raúl, *La sociedad ausente. Comunicación, democracia y modernidad*, México, Ed. Cal y Arena, 1992, 244 pp.

V Reunión Nacional Ordinaria del SINPRIES, Documento inédito, Universidad Autónoma de Sonora, Hermosillo, Sonora, 28 y 29 de junio de 2000.

HEMEROGRAFÍA

Revistas

ALVA de la Selva, Alma Rosa, "La TV del 2000 en su cincuentenario", *Revista Mexicana de Comunicación*, México, RMC Comunicación S.A. de C. V, Año 13, Núm. 68, marzo-abril de 2001, pp. 20-26, 39.

ÁLVAREZ Santillana, Guadalupe, "Educación: diagnóstico real y propuesta ideal", *Época*, México, D.F., *Época de México*, S. A. de C.V., Núm. 502, 15 de enero de 2001, pp. 10-17.

AYALA, Gustavo, "Ser de la preferencia de los jóvenes alumnos, uno de los retos de la radio universitaria", *Gaceta UNAM*, México, D.F., Núm. 3,112, 23 junio 1997, p. 11.

BRAVO, Yolanda e Illescas, Nadina, "El disparo que revolucionó al mundo: Guglielmo Marconi a 100 años de la radiocomunicación", *Los universitarios*, México, UNAM, Núm.78, diciembre de 1995, pp. 4-7.

CEBRIÁN Herreros, Mariano, "El idioma español en la radio", *Revista Mexicana de Comunicación*, México, D.F., RMC Comunicación S.A. de C. V, Año 11, Núm. 58, abril-junio de 1999, pp. 21-26.

"Cómo funciona la radio", *El correo de la UNESCO*, Francia, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Año 50, Núm. 2, febrero de 1997, p. 39.

CROVI Druetta, Delia, "Nuevas tecnologías de comunicación y vida cotidiana", *Universidad de México. Revista de la Universidad Nacional Autónoma de México*, México, D.F., Coordinación de Humanidades, UNAM, Vol. 54, Núm. 582-583, julio-agosto 1999, pp. 4-8.

GÓMEZ Arias, Alejandro, primer director de Radio UNAM, fragmentos del discurso inaugural de la emisora, *Gaceta UNAM*, suplemento especial, México, D. F., Vol. 3, Año 33, 11 de junio de 1987, p.2.

- GÓMEZ Mont, Carmen, "La radio en la convergencia de las nuevas tecnologías", *Revista Mexicana de Comunicación*, México, D.F., RMC Comunicación S.A. de C. V, Año 13, Núm. 65, septiembre-octubre 2000, pp. 43-45.
- GRANADOS Chapa, Miguel Ángel, "Nueva forma de cultura", *Revista Mexicana de Comunicación*, México, D.F., RMC Comunicación S.A. de C. V, Año 8, Núm. 42, noviembre de 1995-enero de 1996, pp. 14-17.
- HERRÁN, José de la, "La radiocomunicación en México. Efemérides de sus comienzos", *Ciencia y desarrollo*, México, D.F., Conacyt, Vol. XXI, Núm.123, julio-agosto de 1995, pp. 96-97.
- LÓPEZ, Rafael, "Una nueva voz de siglos en el cuadrante", *Gaceta UNAM*, suplemento especial, México, D. F., Vol. 3, Año 33, 11 de junio de 1987, pp. 4-6.
- MAAS, Margarita "Una propuesta de educación para el desarrollo a través del patrimonio cultural", en Esteinou Madrid, Javier (coord.), *Espacios de comunicación 4*, México, D.F., Universidad Iberoamericana, 2000, pp. 327-337.
- "Maltratado en Radio UNAM", *Proceso*, México, D. F., Cisa, Comunicación e Información S.A. de C.V., Núm. 1297, 9 de septiembre de 2001, p. 81.
- MARCIAL, Juan, "Experiencia y Vocación: los trabajadores de Radio UNAM", *Gaceta UNAM*, suplemento especial, México, D. F., Vol. 3, Año 33, 11 de junio de 1987, pp.12 y 13.
- MARTÍNEZ Omar Raúl, "Novedades legislativas", *Revista Mexicana de Comunicación*, México, D.F., RMC Comunicación S.A. de C. V, Año 14, Núm. 75, mayo-junio de 2002, pp. 4 y 5.
- MARTÍNEZ, Verónica Trinidad, *et al.*, "Las libertades informativas en 2001", *Revista Mexicana de Comunicación*, México, D.F., RMC Comunicación S.A. de C. V, Año 14, Núm. 75, mayo-junio de 2002, pp. 26-30.
- MONSIVÁIS, Carlos, "Recuerdos selectivos y agradecidos", *Gaceta UNAM*, suplemento especial, México, D.F., Vol. 3, Año 33, 11 de junio de 1987, pp. 10 y 11.
- MORALES, Fernando y IBARRA, María Scherer, "La catarsis radiofónica", *Proceso*, México, D.F., Cisa, Comunicación e Información S.A. de C.V., Año 22, Núm. 1192, 5 de septiembre de 1999, pp. 76-81.
- MORALES, Sonia, "Reflexión de Medio Siglo en Alejandro Gómez Arias, Fundador de Radio Universidad: 'Una Aventura Heroica'", *Proceso*, México, D. F., Núm. 553, 8 de junio de 1987, pp. 52-54.

RAMÍREZ, Luis Enrique, "Para curar la sordera", *Kiosco*, México, D.F., Año 1, Núm. 1, 1990, p. 41.

RINCÓN, Iván y Sosa, Gabriel, "El Despertar de la Radio Libre en México", *Revista Mexicana de Comunicación*, México, D.F., RMC Comunicación S.A. de C. V, Año 12, Núm. 59, julio-septiembre de 1999, pp. 25- 32.

RIVERA Gil, Saúl, "1937, decisivo en el México contemporáneo", *Gaceta UNAM*, suplemento especial, México, D. F., Vol. 3, Año 33, 11 de junio de 1987, p. 8.

SOLÍS Leeré, Beatriz, *et al.*, "Radiografía actual de la radio en México", *Revista Mexicana de Comunicación*, México, D. F., RMC Comunicación S.A. de C. V, Año 12, Núm. 60, octubre-diciembre de 1999, pp. 31-36.

SOSA Plata, Gabriel, "Ondas hertzianas e Internet en México", *Revista Mexicana de Comunicación*, México, D.F., RMC Comunicación S.A. de C. V, Núm. Especial 55, julio-agosto de 1998, pp. 7-9.

SOSA Plata Gabriel, "Señales de comunicación al aire", *Revista Mexicana de Comunicación*, México, D.F., RMC Comunicación S.A. de C. V., Año 12, Núm. 59, julio-septiembre de 1999, pp. 44-46.

SOSA Plata, Gabriel, "La sintonía de la radio mexicana en el 2000", *Revista Mexicana de Comunicación*, México, D.F., RMC Comunicación S.A. de C. V, Año 13, Núm. 68, marzo-abril de 2001, pp. 27-34.

TOUSSAINT, Florence, "Crisis de talento", *Proceso*, México, D.F., Cisa, Comunicación e Información S.A. de C.V., Núm. 1296, 2 de septiembre de 2001, p. 88.

VELASCO Ugalde, Enrique, "El privilegio de los concesionarios de radio y TV", *Revista Mexicana de Comunicación*, México, D.F., RMC Comunicación S.A. de C. V, Año 11, Núm. 56, octubre-diciembre de 1998, pp. 38-42.

VÉRTIZ, Columba, "<<Radio UNAM en "terapia intensiva">>", *Proceso*, México, D.F., Cisa, Comunicación e Información S.A. de C.V., Núm. 1286, 24 de junio de 2001, pp. 76 y 77.

Periódicos

AUDIFFRED, Miryam, "Seis décadas en el cuadrante", *Reforma*, Sección Cultura, México, D. F., 20 de junio de 1997, p.2

- BONFIL Olivera, Martín, "¿Adiós a la ciencia en Radio UNAM?", *Humanidades*, México, D.F., Coordinación de Humanidades, UNAM, Núm. 217, 19 de septiembre de 2001, pp. 3, 12.
- CALVA Pratt, José Rafael, "La difusión radiofónica", *Unomasuno*, Sección Cultura, México, D.F., 18 de junio de 1997, p. 22.
- CRUZ, Osiel, "Destinarán 10 bandas de radio a la investigación", *El Universal*, Sección Finanzas, México, D.F., 6 de octubre de 1999, p. D3.
- ESTEINOU Madrid, Javier, "Los medios de comunicación y el Estado feudal", *Bucareli Ocho*, suplemento de *El Universal*, México, D.F., Año 1, Núm. 18, 21 de septiembre de 1997, p. 17.
- GARCÍA Bermejo, Carmen, "Las radios universitarias necesitan redefinir sus objetivos", *El Financiero*, Sección Cultural, México, D.F., 16 de junio de 1997, pp. 86 y 87.
- GARCÍA, Elvira, ¿A quién le importa la radio cultural?, *La Jornada*, Sección Cultura, México, D.F., 14 de agosto de 1988, p.26.
- MEJÍA Barquera Fernando, "La radio del Estado cumple una función social: Lara Sumano", *Medios*, suplemento de *El Nacional*, México, Año 1, Núm. 25, 14 de septiembre de 1998, pp. I y II.
- "Público cotidiano", *El Financiero*, Sección Cultural, México, 2 de enero de 2001, p. 48.
- <<Radio UNAM, a "cirugía mayor">>, *El Metro*, Sección Reportaje, México, D.F., 29 de junio de 2001, p. 27.
- ROJAS, Teresa y Ruz, Mario Humberto, "México, pueblo de pueblos", *Bucareli Ocho*, suplemento de *El Universal*, México, Año 1, Núm. 21, 12 de octubre de 1997, p.20.
- ROURA, Víctor, "Centros de subversión", *El Financiero*, Sección Cultural, México, D.F., 16 de junio de 1997, p. 87.
- ROURA, Víctor, "Reiteradamente calculadoras", *El Financiero*, Sección Cultural, México, D.F., 17 de junio de 1997, p. 55.
- SOSA Plata, Gabriel, "Atorada, la radio del siglo XXI", *Dígito Cero*, suplemento de *El Financiero*, México, D.F., Año 1, Núm. 10, 26 de noviembre de 1996, p. 10.
- VALENZUELA, Angélica, "Radio UNAM cumple 60 años al aire", *El Universal*, Sección Cultural, México, D. F., 14 de junio de 1997, pp. 1, 4.

PÁGINAS WEB

Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior,
<http://www.anuies.mx>.

BERLÍN Villafaña, Irving, "3. La radio; configuración del actor", *El Hilo de Ariadna*, México, Universidad Autónoma de Yucatán, Núm. 3, septiembre- octubre de 1998,
<http://www.uady.mx/~ruady/ariadna/articulos/especial/radiosuniv2.html>.

BERLÍN Villafaña, Irving, "6. Radios universitarias, ¿subversión en los mercados?", *El Hilo de Ariadna*, Núm. 3, septiembre-diciembre 1998, en
<http://www.uady.mx/sitios/radio//ariadna/articulos/especial/radiosuniv5.html>

BOCOS, Fermín, "La radio y las nuevas tecnologías: avances y riesgos", *Primer Congreso Internacional de la Lengua Española y los Medios de Comunicación*, Zacatecas, Zacatecas, 7-11 de abril de 1999 en
<http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/radio>

Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión,
<http://www.cirt.com.mx>.

CANTÚ, Fred. Página del periodista,
<http://www.geocities.com/fredcantu/mexicoradiotv.com>.

CASTILLO, Alberto, "Tiene 80, pero es la mejor acompañante", *Reforma*, 3 de octubre de 2001 en
http://www.reforma.com/ed_impresa/notas/011003/gente/textos/rgenint0022.htm

El Politécnico en Radio,
<http://radioipn.xs3.com>.

Etcétera
<http://www.etcetera.com.mx/rad66.asp>

GÓMEZ Cruz Martha, "¿Ya está México en Internet?", *Net@. El medio de las telecomunicaciones*, 30 de abril de 2001, en
http://www.netarroba.com.mx/articulos1_126.htm

HAW, Dora Luz, "Salen 20 programas de Radio UNAM", *Reforma*, Sección Cultura, 2 de octubre de 2000 en
<http://www.reforma.com/cultura/articulo/037593>

HAW, Dora Luz, "Se retractan directivos de Radio UNAM", *Reforma*, Sección Cultura, 2 de octubre de 2000 en
<http://www.reforma.com/cultura/articulo/037794>

HAYE, Ricardo M. "El impacto cultural de la radio", *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui* en
<http://www.comunica.org/chasqui/#63.sep.1998>

HERNÁNDEZ, Edgar Alejandro "Se estrena Rocha en Radio UNAM", *Reforma*, 30 de agosto de 2001 en
http://www.reforma.com/ed_impresa/notas/010830/cultura/textos/rcul0002.htm

JIMÉNEZ, Arturo, "Radio UNAM desiste de cancelar 20 programas", *La Jornada*, 3 de octubre de 2000 en
<http://www.jornada.unam.mx/2000/oct00/001003/03an2cul.html>

¡Ké Huelga!
<http://www.kehuelga.org>

LAMAS, Ernesto, "El uso del lenguaje en una radio ciudadana", *Primer Congreso Internacional de la Lengua Española y los Medios de Comunicación*, Zacatecas, Zacatecas, 7-11 de abril de 1999 en
<http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/radio>

LÓPEZ, Sergio Raúl, "Desaparece XELA por falta de patrocinio", *Reforma*, 29 de enero 2002, en
<http://www.reforma.com/cultura/articulo/164299/default.htm>

LÓPEZ Veneroni, Felipe, "60 años de Radio UNAM" en
<http://morgan.uiia.unam.mx/usr/phuman/148/COLUMNAS148/LOPEZ.html>

MEJÍA Barquera, Fernando, "Política y negocio", *etcétera*, septiembre de 2000 en
<http://www.etcetera.com.mx/2000/400/mejia400.html>

MEJÍA Barquera, Fernando, "Fox y los radiodifusores", *etcétera*, noviembre de 2000 en
<http://www.etcetera.com.mx/3asp>.

MEJÍA Barquera, Fernando, "Fox, estrella en el cuadrante", *etcétera*, marzo de 2001 en
<http://www.etcetera.com.mx/pag24ne5.asp>.

MEJÍA Barquera, Fernando, "Adiós ¡Qué huelga!", *etcétera*,
<http://www.etcetera.com.mx/rad73.asp>

MUSACCHIO, Humberto, *Reforma*, Sección Cultura, 8 de octubre de 2000 en
<http://www.reforma.com/cultura/articulo/039282>

PÍ Orozco, Luis Ernesto, "Expresión y discurso radiofónicos", *Primer Congreso Internacional de la Lengua Española y los medios de comunicación*, Zacatecas, Zacatecas, 7-11 de abril de 1997 en
<http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/radio>

PRIETO Castillo, Daniel, "Las emisoras universitarias frente a las transformaciones de fin de siglo", *El Hilo de Ariadna*, Núm. 1, enero-abril de 1998 en <http://www.uady.mx/sitios/radio/ariadna/articulos/emisoras.html>

Radio Tecnológico de Saltillo,
<http://www.mcsa.net/radiotec>.

Radio UNAM,
<http://www.unam.mx/radiounam>

Radio Universidad de Guadalajara,
http://server.radio.udg.mx/03_contenido01.html.

Radio Universidad de Tamaulipas,
<http://radiouni.uat.mx>.

RAMÍREZ Cuevas, Jesús, "Los medios frente al cambio", *La Jornada*, 7 de enero 2001 en <http://www.jornada.unam.mx/0001/ene01/010107/mas-medios.html>

Reforma, Sección Cultura, 4 de octubre de 2000 en <http://www.reforma.com/cultura/articulo/038320>

Reforma, Sección Cultura, 5 de octubre de 2000 en <http://www.reforma.com/cultura/articulo/038634>

ROCHA, Ricardo, "El periodismo en riesgo de caer sólo en el interés comercial", comunicado de prensa del 15 de mayo de 2000 en http://www.bienalderadio.com/infobienal/boletin_2.htm

ROMO, Cristina, "El lenguaje seductor de la radio", *Primer Congreso Internacional de la Lengua Española y los medios de comunicación*, Zacatecas, Zacatecas, 7-11 de abril de 1997 en <http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/radio>

TREJO Delarbre, Raúl, "Falso dilema", *etcétera*, marzo de 2001 en <http://www.etcetera.com.mx/pag1ne5.asp>

Universidad Autónoma Metropolitana,
<http://www.uam.mx/difusion/comcul/acuerdos/acuti50.html>

Universidad Nacional Autónoma de México,
<http://morgan.uiia.unam.mx/usr/phuman/148/COLUMNAS148/LOPEZ.html>

Universidad Nacional Autónoma de México, "Población escolar total 1998-1999. Licenciatura", *Resumen estadístico* en <http://www.estadistica.unam.mx/publicaciones/index.html>

ENTREVISTAS

CARREÑO, Gustavo, subdirector del departamento de Ingeniería de Radio UNAM, México, febrero de 2001, taquigrafiada.

ESCALANTE Sobrino, Fernando, director de Radio UNAM, México, marzo de 2001, 1 minicassette, 56 mins.

ESTRADA, Manuel, subdirector de Producción de Radio UNAM, México, enero de 2001, 1 minicassette, 95 mins.

FERNÁNDEZ Díaz, Juan, coordinador de Radio Universidad Autónoma de Nuevo León, México, junio de 2001, taquigrafiada.

FERNÁNDEZ, Erick, director de Radio Ibero, México, mayo de 2001, taquigrafiada.

JHONSTON Rosy, productora de El Politécnico en Radio, México, mayo de 2001, taquigrafiada.

MEDINA, Yolanda, jefa del Departamento de Discoteca de Radio UNAM, México, enero de 2001, taquigrafiada.

MERCADER, Jorge, director de Atención a Clientes de International Research México, S.A de C.V., (Inra), México, febrero de 2001, taquigrafiada.

PACHECO, Enrique, continuista de Radio UNAM, México, marzo de 2001, taquigrafiada.

PICAZO, Evangelina, secretaria del Departamento de Producción de Radio UNAM, México, enero de 2001, taquigrafiada.

RAMÍREZ, José Carmen, jefe del Departamento de Ingeniería de Radio UNAM, México, febrero de 2001, taquigrafiada.

RIBOREAU, Guy, director del Servicio de Formación Internacional de Radio Francia Internacional, México, noviembre de 2001, 1 minicassette, 7 mins.

ROJAS, Pilar, jefa del Departamento de Fonoteca de Radio UNAM, febrero de 2001, taquigrafiada.

AUDIOGRAFÍA

ESCALANTE Sobrino, Fernando, ponencia presentada en la mesa redonda "La radio universitaria frente al nuevo contexto nacional", *Reunión de Radiodifusoras Universitarias*, Radio UNAM, Ciudad de México, 8 y 9 de noviembre de 2001, 1 microcassette, 15 mins.

GRANADOS Chapa, Miguel Ángel, ponencia presentada en la mesa redonda "La radio universitaria frente al nuevo contexto nacional", *Reunión de Radiodifusoras Universitarias*, Radio UNAM, Ciudad de México, 8 y 9 de noviembre de 2001, microcassette, 35 minutos.

VIDEOGRAFÍA

ALFONSO, Alejandro, "Comunicación y Universidad, retos y desafíos", ponencia presentada en el *Congreso Internacional de la Radio Universitaria UDEM '99, "La radio universitaria frente al nuevo milenio"*, Universidad de Monterrey, Monterrey, Nuevo León, 20-24 de septiembre de 1999, tres videocassettes, 6 hrs.

BENTIN, José Augusto, "Definición de la radio universitaria", *Congreso Internacional de la Radio Universitaria UDEM '99, "La radio universitaria frente al nuevo milenio"*, Universidad de Monterrey, Monterrey, Nuevo León, 20-24 de septiembre de 1999, tres videocassettes, 6 hrs.

COTERA, Gerardo, discurso pronunciado en el marco de la ceremonia de inauguración del *Congreso Internacional de la Radio Universitaria UDEM '99, "La radio universitaria frente al nuevo milenio"*, Universidad de Monterrey, Monterrey, Nuevo León, 20-24 de septiembre de 1999, tres videocassettes, 6 hrs.

COTERA, Gerardo, discurso pronunciado en el marco de la ceremonia de clausura del *Congreso Internacional de la Radio Universitaria UDEM '99, "La radio universitaria frente al nuevo milenio"*, Universidad de Monterrey, Monterrey, Nuevo León, 20-24 de septiembre de 1999, tres videocassettes, 6 hrs.

PÍ Orozco, Ernesto, "La radio permisionaria ante el nuevo milenio", *Congreso Internacional de la Radio Universitaria UDEM '99, "La radio universitaria frente al nuevo milenio"*, Universidad de Monterrey, Monterrey, Nuevo León, 20-24 de septiembre de 1999, tres videocassettes, 6 hrs.