



UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL

“LA RADIO COMO MEDIO DE EXPRESIÓN:
PROPUESTA DE UNA SERIE RADIOFÓNICA PARA
LOS ESTUDIANTES DE LA UPN”

RESERVA

TESINA

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN PEDAGOGÍA

PRESENTA:

LUIS DAVID PÉREZ ROSAS.

ASESORA DE TESINA: SANDRA CÓRDOVA HERNÁNDEZ.

MÉXICO, D.F.

2001

MVA - 18 - III - 02

DEDICATORIAS:

Esta investigación la dedico especialmente a mis padres: Matilde Rosas de Pérez y José Luis Pérez Herrera, a quienes guardo un profundo sentimiento de amor y lealtad. Gracias infinitamente por todo lo que me han dado y enseñado en la vida.

A mi hermana, Martha Matilde Pérez Rosas, a quien expreso mi más profundo sentimiento de hermandad.

A Erika Solís Ruiz, porque somos el amor de nuestra vida.

Y por supuesto, a todos los docentes de la UPN quienes colaboraron conmigo, a todos aquellos que creyeron en mi. A todos ellos guardo un profundo sentimiento de lealtad.

**“No hay camino a la felicidad,
la felicidad es el camino”.**

Índice.

	Pág.
Introducción.....	2
Capítulo I. Educación y Comunicación.	
1.1. La educación: concepto y modalidades.....	5
1.2. La comunicación en las diferentes modalidades educativas.....	13
1.3. La comunicación en la educación no formal.....	16
1.4. El potencial educativo de los medios de información masiva.....	22
Capítulo II. La radiodifusión universitaria.	
2.1. Contexto histórico de la radio en México.....	29
2.2. La radiodifusión universitaria como medio de difusión de la cultura.....	39
2.3. La primera experiencia: El caso de Radio UNAM.....	44
2.4. La radiodifusión en la UPN: su función educativa.....	49
2.5. Procedimientos a partir de los cuales se conformó la propuesta.....	60
2.5.1. Las entrevistas como instrumento de acceso a las experiencias radiofónicas en la UPN.....	60
2.5.2. La aplicación de cuestionarios para sondear la opinión de la comunidad estudiantil en relación con su participación en una serie radiofónica dentro de la UPN.....	61
2.5.3. Interpretación de resultados.....	70
Capítulo III. Propuesta de una serie radiofónica para los estudiantes de la UPN.	
3.1. Conformación de la Propuesta <i>La feria de los intelectos</i>	75
3.2. Destinatarios de <i>La feria de los intelectos</i> y objetivos que persigue.....	78
3.3. Caracterización.....	79
3.4. Ejemplo de guión radiofónico de la serie.....	82
Conclusiones.....	87
Bibliografía.....	91
Anexos.....	98

INTRODUCCIÓN

Introducción.

La Universidad Pedagógica Nacional es una Institución de Educación Superior, creada por Decreto Presidencial, durante el sexenio del ex-presidente José López Portillo, en 1978. Tres son las funciones principales de esta Casa de Estudios: docencia, investigación, y difusión cultural y extensión universitaria.

Las finalidades de la presente tesina se inscriben en la tercera función - difusión cultural- específicamente en la radiodifusión universitaria. El interés fundamental del que se parte, es satisfacer una de las necesidades e inquietudes académicas más importantes de los estudiantes, y que hasta el momento no se ha convertido en una realidad: la libertad de expresión académica por la vía de las actividades de radiodifusión universitaria, como una de las labores que toda universidad está comprometida a realizar.

Más explícitamente, esta investigación se dirige a plantear una propuesta que apunta a que la Universidad Pedagógica Nacional ofrezca una oportunidad más de expresión para la población estudiantil que la conforma.

El objetivo más importante de esta tesina es proponer una serie radiofónica para los estudiantes, y así es contribuir a la formación de sujetos con un pensamiento crítico, analítico, reflexivo y propositivo acerca del contexto educativo, económico, político, y social actual del país, por consiguiente coadyuvar a lograr una sociedad más justa, igualitaria, democrática, y de expresión libre. Ello se logrará a través del proceso de reflexión y análisis que suscite en los sujetos las emisiones de la serie radiofónica, lo cual estimulará el pensamiento crítico en los mismos.

Por otra parte, se trata de una forma de fortalecer activa y significativamente las actividades de la difusión cultural y extensión universitaria de la Institución, ya que este profesional de la educación tiene encomendada la tarea de fomentar el enriquecimiento educativo y cultural de la sociedad.

Para establecer un vínculo entre teoría y práctica en la metodología empleada para la elaboración de este trabajo, se revisaron y recuperaron los trabajos de diferentes autores en ámbitos diversos, tales como pedagogía, educación, comunicación educativa, radiodifusión en general y universitaria, y metodología de la

investigación educativa, cuyos planteamientos sirvieron para establecer los fundamentos de la tesina.

Por el lado de la investigación de campo, se consideró necesaria la aplicación de instrumentos como el cuestionario y la entrevista, para la recolección de evidencias empíricas que otorguen validez al trabajo en el terreno de la práctica. El cuestionario sirvió como un medio de recopilación de todas las opiniones, las ideas y el sentir de la comunidad universitaria, lo que nos brindó elementos para mostrar la pertinencia y la viabilidad de la propuesta que nos ocupa.

Igualmente, la aplicación de la entrevista a académicos que han estado involucrados en las actividades de radiodifusión universitaria, tanto de la UPN como de la UNAM, fue también relevante, pues permitió recuperar experiencias, vivencias y sugerencias que se intercalaron en el trabajo, y que contribuyeron a su conformación.

Esta tesina consta de tres capítulos:

En el primero, *Educación y Comunicación*, se expone el concepto de educación y las modalidades en que se desarrolla, así como su vinculación con la comunicación. Igualmente, se subraya la relación entre ésta última y la educación no formal, en la cual inscribimos las actividades de radiodifusión universitaria. También, como aspecto principal que se encuadra en lo señalado, se destaca el potencial educativo de los medios de información masiva, dada su amplia cobertura en la sociedad mexicana y su uso común, y en el caso de la radiodifusión se distingue como un medio que a través de sus emisiones estimula el pensamiento crítico en la comunidad universitaria y en la sociedad en general.

Respecto al segundo capítulo, *La Radiodifusión Universitaria*, se presenta un contexto histórico de la radio en México, con el fin de describir los antecedentes de este medio de comunicación masiva, y ubicar el objeto de estudio que nos ocupa, para definirlo, lo que permitió realizar una definición general y una caracterización de la radiodifusión universitaria como medio de difusión de la cultura, inscrito en un marco contextual. En este aspecto se consideró interesante narrar, con brevedad, la primera experiencia y la más importante en nuestro país sobre radiodifusión

universitaria: el caso de Radio UNAM. Una vez hecho esto, se señala la trayectoria histórica de la radiodifusión de la Universidad Pedagógica Nacional, enfatizando su función educativa y cultural, y por tanto la necesaria participación por parte del estudiantado en una serie de esa naturaleza, lo que incrementará el nivel intelectual de la sociedad, y por consiguiente la reflexión crítica acerca de lo que acontece en nuestro alrededor.

De igual forma, se indican los procedimientos a partir de los cuales se conformó dicha propuesta; es decir, se explica cómo las entrevistas fueron un medio para tener acceso a las experiencias radiofónicas que se han llevado a cabo en este ámbito, así como la aplicación de cuestionarios, y su interpretación para sondear la opinión de la comunidad estudiantil en relación con su participación en dicha actividad.

En el tercer capítulo, *Propuesta de una serie radiofónica para los estudiantes de la UPN*, prevalece la idea de la necesidad de colaborar activamente en el fortalecimiento del pensamiento crítico del estudiantado y la sociedad en general, así se plantea la alternativa radial, ya que se perfilan los objetivos que persigue, sus características, los destinatarios, y se ejemplifica un guión de serie radiofónica que puede servir como propuesta.

Al final de esta tesina, se anotan las conclusiones a las que llegó el autor; así como los anexos y la bibliografía consultada.

CAPÍTULO I.
EDUCACIÓN Y
COMUNICACIÓN

CAPÍTULO I. EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN.

1.1. La educación: concepto y modalidades.

Tan polémico como contradictorio resulta definir a la educación, pues ésta adquiere diversas acepciones según el momento histórico y el contexto intelectual en que se desarrolle. Lo que sí se puede afirmar es que la educación debe ser acorde con el contexto económico, político y social de cada nación en el panorama mundial. En los tiempos actuales, en este nuevo milenio, es necesario que la educación se oriente a la transformación social, al desarrollo integral, al bienestar colectivo. Más explícitamente, para definir a la educación es necesario partir de un concepto imprescindible: cultura.

Según Harry Shapiro, "cultura es [...] un resultado total de la invención social, y debe considerarse como una herencia, ya que se transmite por precepto a cada nueva generación."¹ Así, cultura es todo lo que produce el hombre para vivir. Es decir, es el conjunto de hábitos, normas, costumbres, creencias, roles heredados, así como de manifestaciones intelectuales, artísticas, y colectivas que caracterizan a un pueblo o nación, y que, a su vez, determinan la interacción social.

En este sentido, cabe decir: "La cultura es, pues, el residuo acumulativo de eso que hemos asimilado, comprendido e integrado en nuestro pasado, y que se convierte en un elemento de nuestro presente, en conflicto o en combinación con nuestra percepción actual del mundo anterior."² Y la educación es el proceso mediante el cual el sujeto confronta su pensamiento con la realidad, y así se desprenden una serie de reflexiones y análisis tanto personales como colectivos sobre el contexto, lo que genera un rompimiento de esquemas preconcebidos o tradicionales, por consiguiente se inicia la transformación e innovación de la cultura. De ahí nace el pensamiento crítico, que siempre deberá estar presente en todas las épocas.

Cultura y educación forman un binomio inseparable, pues éste último es el medio por el cual el hombre puede apropiarse y vivir el patrimonio cultural. La

¹ Shapiro, Harry L. *Hombre, cultura y sociedad*. 3era. ed. México, FCE, 1985. p. 231.

² Moles, Abraham A. y Elisabeth Rohmer. *Teoría estructural de la comunicación y sociedad*. México, Trillas, 1983. p. 150.

educación es un proceso permanente en el que los sujetos, como seres sociales que son, intercambian ideas, reflexiones y análisis acerca de la realidad hasta llegar a su máxima comprensión, lo cual les lleva a la libre producción de alternativas o propuestas para transformar el contexto.

“La educación como hecho, posee un sentido humano y social. Consiste en un proceso por obra del cual las generaciones jóvenes van adquiriendo los usos y costumbres, los hábitos y experiencias, las ideas y convicciones, en una palabra, el *estilo de vida* de las generaciones adultas.”³ Igualmente, dentro de este mismo proceso, las primeras no se limitan a sólo recibir el estilo de vida establecido, sino lo contrastan con su pensamiento para valorar las ventajas o desventajas, acuerdos o desacuerdos, lo que estimula la aparición de conflictos entre lo antiguo y lo nuevo, de tal manera que se da un proceso dialéctico “tesis-antítesis-síntesis”, ésta última significa el cambio cultural, que es guiado por el análisis y la crítica de las nuevas generaciones, y así sucesivamente se fortalece el pensamiento crítico, imprescindible para la evolución de toda civilización. Es decir, existe una relación dialéctica entre las distintas generaciones, entre los adultos y los jóvenes, los maestros y los alumnos, lo que se traduce en un enriquecimiento constante; tal es el significado de la educación para la vida humana.

Como puede verse, los que participan en un verdadero proceso educativo deben entenderse como sujetos activos, dinámicos, dialogantes, creativos, con la suficiente disposición al cambio de su situación, para la transformación de la ignorancia en sapiencia, de la opresión en liberación, de la pasividad en acción, poniendo en juego sus valores, sus capacidades, sus intereses; en fin, el todo que representa su personalidad. “La educación, [...] para ser verdaderamente humanista, tiene que ser liberadora.”⁴

De esta manera, la “educación es un proceso progresivo, permanente e intencional de parte del ser humano, que le conduce a un perfeccionamiento integral de su personalidad.”⁵ Así pues, la educación no sólo es la simple transmisión de la cultura, sino que es el proceso por excelencia que estimula en los sujetos un

³ Larroyo, Francisco. *Historia comparada de la educación*. 10a. Ed. México, Porrúa, 1973. p. 35

⁴ Freire, Paulo. *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural*. 16ava. ed. México, Siglo XXI, 1988. p. 87.

⁵ Gutiérrez, Francisco. *Pedagogía de la comunicación*. 4ta. ed. Buenos Aires, Hvmánitas, 1974. p. 112.

pensamiento reflexivo, crítico y analítico que los impulse a la acción transformadora de sí mismos y de su entorno social.

En estos tiempos, la finalidad de la educación es lograr la concienciación, es decir, formar sujetos críticos, analíticos, reflexivos, y propositivos ante las diversas circunstancias económicas, políticas, y sociales que transcurran en determinado país; así como promover el desarrollo integral del individuo en el ámbito físico, intelectual, emocional y social.

Ahora bien, la educación puede tener carácter de formal, no formal o informal. La primera, se refiere al proceso de enseñanza inscrito en un currículum, y que además es organizado, reglamentado, avalado e impartido por el Estado aunque también sea impartida por instituciones privadas, de ahí su formalidad. "Si bien la educación formal es la que más claramente se identifica con la escuela como responsable directa de ejercer la función educativa, con métodos y objetivos abiertamente definidos".⁶

Esta modalidad puede distinguirse tanto en el ámbito escolar como fuera de éste, es decir, en el aula o en otros lugares, pues la enseñanza semiescolarizada y los cursos abiertos y a distancia también son parte de una programación sistemática que tiene como fundamento las políticas gubernamentales e institucionales de cada estado. El estudio en esta forma educativa se distingue por la certificación o la obtención de niveles académicos con reconocimiento oficial: preescolar, educación básica, media superior y superior.

La segunda, "la no formal es también una educación generalmente institucionalizada, con objetivos y métodos pedagógicos definidos, pero 'no circunscrita a la escolaridad convencional', esto es, sin la jerarquía reglada de grados académicos propia de la educación formal."⁷ En esta modalidad se identifica la impartición de cursos de diversos temas e idiomas, la capacitación de personal, cursos de actualización profesional y laboral, la educación para adultos.

Igualmente, se encuentran los programas radiales y televisivos orientados a coadyuvar en el enriquecimiento educativo de la sociedad; por ejemplo en radio, los programas de la Universidad Pedagógica Nacional, Radio UNAM, Radio Educación;

⁶ García Duarte, Nohemy. *Educación mediática*. México, Porrúa, 2000. p. 13.

⁷ *Ibidem*, p. 14.

en televisión, la programación de Canal 11 y 22, pues aún sin éstos pertenecer a un currículum estipulado por una institución de educación, también son generadores de aprendizajes y complementan el proceso educativo de la modalidad anterior. Cabe señalar lo que dice el pedagogo Jaume Sarramona al respecto: "La educación formal y la no formal son [...] intencionales, cuentan con objetivos explícitos del aprendizaje o formación y se presentan siempre como procesos educativamente diferenciados y específicos."⁸

La educación no formal está presente también en las instituciones que imparten la educación formal, a través de una serie de actividades que tienen como fin enriquecer el patrimonio cultural de la comunidad académica. Se trata pues, de eventos culturales de diversa naturaleza, pero que no forman parte de un plan de estudios.

Así, el pedagogo Thomas La Belle confirma lo anterior diciendo: [...] la educación no formal es toda actividad educativa organizada y sistemática realizada fuera de la estructura del sistema formal, para impartir ciertos tipos de aprendizaje a ciertos subgrupos de la población, ya sean adultos o niños."⁹

La tercera, se caracteriza por una asistematicidad en el proceso de enseñanza-aprendizaje. En esta modalidad "el aprendizaje se produce de forma aparentemente desorganizada y asistemática, pero paradójicamente, esta modalidad comprende el proceso por el cual [...] las vivencias cotidianas de toda persona constituyen su formación, sean estas vivencia de donde fueren, sin horarios y sin tutelajes oficiales. Aquí representa un papel muy importante el entorno social: amigos, medios de comunicación masivos, juegos y familia."¹⁰

Esta enseñanza, alude a todo tipo de aprendizajes que puede adquirir el sujeto fuera de la escuela, del aula. Un ejemplo claro es el tipo de enseñanza y la variedad de aprendizajes que suscitan las emisiones no precisamente educativas de los medios electrónicos (radio, televisión) y el universo de vivencias que propicia el entorno social.

Cabe señalar que, la concepción de educación que aquí se sostiene no se basa en una óptica tradicional, autoritaria y memorística, pues, con base la

⁸ Sarramona, Jaume. *La educación no formal*. Barcelona, CEAC, 1992. p. 19. (Colec. Educación y Enseñanza)

⁹ La Belle, Thomas. *Educación no formal y cambio social en América Latina*. 4ta. ed. México, Patria, 1988. p. 44.

¹⁰ *Ibidem*, p. 14 y 15.

experiencia de Mario Kaplún, el “ser humano aprende mucho más construyendo, elaborando personalmente, que repitiendo lo que otros dijeron.”¹¹ Por lo tanto, nos hemos remitido a una visión del sujeto como un individuo que participa activamente en el proceso de enseñanza-aprendizaje, y que por medio de él se autoconstruye. Al respecto Mario Kaplún señala:

Se trata asimismo de una educación problematizadora, que busca ayudar a la persona a desmitificar su realidad, tanto física como social. Lo que importa aquí, más que enseñar cosas y transmitir contenidos, es que el sujeto aprenda a aprender; que se haga capaz de razonar por sí mismo, de superar las constataciones meramente empíricas e inmediatas de los hechos que los rodean [...] y desarrollar su propia capacidad de deducir, de relacionar, de elaborar síntesis [...].¹²

En contraste, la educación tradicional o la enseñanza bancaria, como Paulo Freire menciona, se identifica como un proceso de aprendizaje en que el profesor es el sujeto activo que transmite específicamente los contenidos al educando, quien se caracteriza por desempeñar un papel pasivo, de mera recepción acrítica y esencialmente memorística.

En este sentido, la relación entre profesor y alumno se torna autoritaria, pues el maestro convierte la práctica educativa en práctica de dominio y enajenación. Según Freire, el sujeto discente termina siendo domesticado, alienado, y como resultado pierde la capacidad de analizar, reflexionar, crear, y se convierte en un ser obediente, sumiso, dependiente de órdenes que vienen del exterior, e incapaz de transformar su entorno en uno mejor.

Para la concepción “bancaria” de la educación, el hombre es una cosa, un depósito, una “olla”. Su conciencia es algo espacializado, vacío, que va siendo llenado por pedazos de mundo digeridos por otro, con cuyos residuos de residuos pretende crear contenidos de conciencia.¹³

Desde esta perspectiva, la educación se convierte en un proceso de adiestramiento, en el que los contenidos, en su mayoría, son aprendidos de manera memorística por el discente, sin que éste realice una previa reflexión y crítica de lo

¹¹ Kaplún, Mario. *A la educación por la comunicación. La práctica de la comunicación educativa*. Santiago, Chile, UNESCO/OREALC, 1992. p. 36.

¹² Kaplún, Mario. *El comunicador popular*. 2da ed. Argentina, Hvmánitas, 1987. p. 52.

¹³ Freire, Paulo. *La educación como práctica de la libertad*. 38ava. ed. México, Ed. Siglo XXI, 1989. p. 17.

que aprende. Más explícitamente, siguiendo a Freire, la educación bancaria implica:

- a) que el educador es siempre quien educa; el educando, el que es educado;
- b) que el educador es quien disciplina; el educando, el disciplinado;
- c) que el educador es quien habla; el educando, el que escucha;
- d) que el educador prescribe; el educando sigue la prescripción;
- e) que el educador elige el contenido de los programas; el educando lo recibe en forma de "depósito";
- f) que el educador es siempre quien sabe; el educando, el que no sabe;
- g) que el educador es el sujeto de proceso; el educando, su objeto.¹⁴

Por todo ello, tal concepción de la educación así como las prácticas pedagógicas que entrañan, deben ser erradicadas totalmente, ya que, con base en la experiencia histórica, han mostrado su incapacidad para formar sujetos que afronten adecuadamente los retos del futuro. Es necesario cambiar radicalmente de postura y asumir una nueva que tenga necesariamente un carácter humanista.

Cabe destacar que la educación es objeto de estudio interdisciplinario, pero históricamente el ámbito pedagógico es el más relacionado y especializado. De manera breve y muy general, la pedagogía es un campo científico e interdisciplinario que analiza, critica, reflexiona y elabora propuestas, en lo general y en lo particular en relación con los diversos fenómenos, aspectos y procesos sociales y educativos de una sociedad determinada. Asimismo, "la pedagogía es [...] el estudio o el conjunto de normas, que se refieren a un hecho o a un proceso o actividad, la educación."¹⁵

Queda claro, entonces, que el objeto de estudio de la pedagogía es fundamentalmente la educación formal, en sus diversos niveles y modalidades, también hace importantes propuestas sobre la educación no formal, e incluso sobre la de carácter informal.

Hoy en día, la existencia de la pedagogía cada vez cobra un mayor sentido, y su proceso de evolución, expansión e innovación inciden de manera decisiva sobre diversos ámbitos, como: Comunicación, el papel del pedagogo en los medios

¹⁴ *Idem.*

¹⁵ Nassif, Ricardo. *Pedagogía general*. Buenos Aires, Kapelusz, 1974. p. 3.

masivos; Curriculum, planeación educativa, en todos los grados escolares; Orientación educativa; Docencia, técnicas de enseñanza-aprendizaje; Capacitación de personal tanto en el sector privado como en el público, etc..

Para ello, la pedagogía utiliza diversas técnicas de enseñanza, contenidos y medios que estimulen en los sujetos el “descubrimiento crítico [...] [de] la situación concreta, existencial en que se forman.”¹⁶ Ello implica que la pedagogía fomentará activamente, en el hombre, la capacidad de asumirse “como ser social e histórico, como ser pensante, comunicante, transformador, creador, realizador de sueños”¹⁷. Esto, precisamente, se llama concienciación. Sólo así podremos formar una sociedad mayormente participativa en todos los sentidos, para que transforme su realidad en una mejor.¹⁸

Más explícitamente, la concienciación (término construido por Paulo Freire) es la noción de aprendizaje aquí empleada, que no se refiere a la retención memorística de cierto tipo de contenidos. La concienciación es un proceso que se da en el diálogo entre dos o más personas. Si decíamos anteriormente que el diálogo promueve la reflexión y la acción de los sujetos para transformar su entorno, entonces la concienciación significa el aprendizaje profundo y sistemático de cierto objeto de estudio y de la realidad en la que el sujeto interactúa.

El ser consciente es un estado mental en el que la ignorancia no se hace presente. Consiste en ser sensible a lo que acontece en nuestro alrededor, para incrementar la propia capacidad de problematizar la realidad, y cambiarla en una mejor.

(...) la problematización implica un retorno, crítico, a la acción. Parte de ella, y a ella se vuelve.

En el fondo, en su proceso, es la reflexión, que alguien ejerce sobre un contenido, fruto de un acto, o sobre el propio acto, para actuar mejor, con los demás, en la realidad.

No hay problematización sin realidad.

(...) De este modo, la concepción educativa que defendemos, (...) gira en torno a la problematización del hombre-mundo. No del hombre aislado del mundo, ni de éste sin él, sino de las relaciones indicotomizables, que se establecen entre ambos.¹⁹

¹⁶ Freire, Paulo. *Pedagogía del oprimido*. 39 ed. México, Siglo XXI, 1988. p. 35.

¹⁷ Freire, Paulo. *Pedagogía de la autonomía*. México, Siglo XXI, 1997. p. 42.

¹⁸ En este trabajo consideramos que un medio eficaz para lograr el proceso de concienciación en la sociedad es utilizando la radiodifusión universitaria, la cual conlleva una función eminentemente educativa, concientizadora.

¹⁹ Freire, Paulo. *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural*. 16ava. ed. México, Siglo XXI, 1988. p. 95.

La concienciación es la acción de comprender la realidad en su mayor claridad, amplitud y profundidad, lo cual implica que el sujeto consciente debe ser activo, no pasivo, y dirigirse, junto con sus semejantes, a la transformación de su entorno, en todos los sentidos. A final de cuentas la concienciación se traduce en "la participación social activa y responsable"²⁰ en la transformación del contexto económico, político, social y educativo de la nación.

Así la toma de conciencia, no se da en los hombres aislados, sino en cuanto trabajan, entre sí y el mundo, relaciones de transformación, así también, solamente ahí puede instaurarse la concientización (o concienciación).

La toma de conciencia, como una operación propia del hombre, resulta, como vimos, de su confrontación con el mundo, con la realidad concreta (...)

Si la toma de conciencia, superando la mera aprehensión de la presencia del hecho, lo coloca de forma crítica en un sistema de relaciones, dentro de la totalidad en que se dio, es que superándose a sí misma, profundizándose, se transformó en concientización.²¹

La concienciación es el ejercicio mental de estudiar la esencia de un objeto o situación concreta, conocer su origen, valorar su estado, causas, consecuencias, y transformarla, o sea, dirigirla hacia formas de ser ideales. Es un aprendizaje profundo y sistemático de la realidad. Y, desde esta visión, "la educación, como situación gnoseológica, significa la problematización del contenido,"²² y del contexto en general, lo cual se traduce, a su vez, en el proceso de concienciación.

Por último, el ser conscientes, nos hace ser distintos, creativos, originales, participativos, activos, emprendedores, transformadores del malestar en bienestar social, de lo que no nos agrada en lo que sí nos agrada. Es soñar con el ideal de mundo que queremos tener y dirigir nuestras vidas a ello. Lo anterior se deja ver en nuestros pensamientos, palabras, ideas, actitudes, acciones, compromisos, ya sea en el aula, en el hogar, el trabajo, en el club deportivo, en la calle, con las amistades, etc.. Y hacia ello debe de orientarse la pedagogía y la educación actual.

²⁰ Simpson Grinberg, Máximo. *Comunicación alternativa y cambio social*. México, Premiá, 1986. (Colec. La Red de Jonás) p. 99.

²¹ Freire, Paulo. *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural*. 16ava. ed. México, Siglo XXI, 1988. p. 88.

²² *Ibidem*, p. 98.

1.2. La comunicación en las diferentes modalidades educativas.

Al incursionar en el ámbito de la educación y la cultura, es insoslayable referirnos al de la comunicación, puesto que sin ésta es imposible la difusión y expansión del patrimonio cultural. La comunicación es inherente a toda enseñanza-aprendizaje, a la educación en general, ya que lo que se transmite, enseña, aprende, etc., a la vez, se comunica a los demás.

La comunicación es un proceso, esencialmente humano, en el que dos o más sujetos dialogan entre sí, suscitando la reflexión y el análisis acerca de la realidad a que se refieren, con el fin de transformarla. "El mundo humano es un mundo de comunicación."²³ En pocas palabras si no hay comunicación, no puede haber sociedad, puesto que no puede existir una "sociedad individualizada, incomunicada". La comunicación entre sujetos es la que promueve el proceso de socialización entre ellos.

La acción de comunicar, de poner en relación a los individuos a través de un punto y otro del espacio o de una época a otra en el tiempo, mediante el registro o el documento, no es un *proceso adquirido y estable* que no sigue sino perfeccionamientos menores, y para el cual la tarea del sistema social sería la de saber cómo se le puede utilizar mejor en una meta de *educación o de cultura*.²⁴

Además, precisamente, como señala Antonio Pasquali, el concepto comunicación guarda una estrecha relación con el término comunidad, tan es así que comunicarse significa "estar en común", "ponerse en común con los demás". Es decir, socializar y compartir la cultura, las formas de vida, creencias, hábitos, derechos y obligaciones.²⁵

Si diciendo la palabra con que al *pronunciar* el mundo los hombres lo transforman, el diálogo se impone como el camino mediante el cual los hombres ganan significación en cuanto tales. Por esto, el diálogo es una exigencia existencial. Y siendo el encuentro que solidariza la reflexión y la acción de sus sujetos encauzados hacia el mundo que debe ser transformado y humanizado, no puede reducirse a un mero acto de depositar ideas de un sujeto en el otro, ni convertirse tampoco en un simple cambio de ideas consumadas por sus permutantes.²⁶

²³ Freire, Paulo. *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural*. 16ava. ed. México, Siglo XXI, 1988. p. 74.

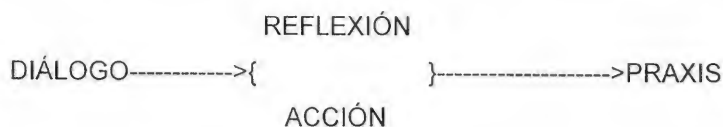
²⁴ Moles, Abraham A. y Elisabeth Rohmer, *op cit.*, p. 143.

²⁵ Cfr. Pasquali, Antonio. *Comprender la comunicación*. 4ta. ed. México, 1974. p. 44.

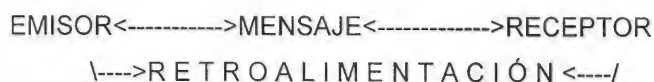
²⁶ Freire, Paulo. *Pedagogía del oprimido*. 52 de. México, Siglo XXI, 1999. p. 101.

Tanto la concepción de pedagogía, educación, y comunicación son aquí entendidas desde una perspectiva flexible, abierta, no autoritaria, ni tradicional. En la educación formal, la comunicación, que es diálogo, se da sin existir jerarquías, ni preferencias entre los protagonistas de la conversación. La igualdad de condiciones, la humildad y el compromiso con la transformación de la realidad, como menciona Paulo Freire en *Pedagogía del Oprimido*, son las constantes que caracterizan a toda buena comunicación, lo cual no se llevaría a cabo sin la acción de amar. “Es así como no hay diálogo si no hay un profundo amor al mundo y a los hombres. No es posible la *pronunciación* del mundo, que es un acto de creación y recreación, si no existe amor que lo infunda.”²⁷

La comunicación en el proceso educativo alude a los diversos procesos de interacción verbal que se establecen entre los docentes y discentes, por ejemplo en el aula o fuera de ésta. Para ejemplificar lo anterior, nos parece necesario enunciar y explicar el modelo de educación y el de comunicación con el que nos identificamos. El primero es tomado del autor Paulo Freire y es el siguiente.



Y el segundo alude al esquema clásico de la comunicación.



El modelo de educación referido nos parece que satisface las expectativas de toda educación activa, dinámica, sea en el aula o fuera de ella. Pues, como se ve, retomando a Paulo Freire, se propone el diálogo como un factor decisivo para estimular el pensamiento problematizador sobre el entorno, la innovación de ideas, la crítica, el análisis, la reflexión, lo que orientará al sujeto a la acción constante y progresiva, o sea a la praxis, a la transformación de su realidad.

²⁷ *Ibidem*, p. 102.

En el modelo de comunicación, que puede ajustarse a la radiodifusión universitaria, se ilustra una reciprocidad, entre el emisor y receptor, y ello implica que ambos intercambian sus lugares en el acto comunicativo, ya sea en el aula o fuera de ésta. Bajo esta perspectiva no existen niveles de autoridad o jerarquías en la relación social. La retroalimentación, como se expone, la igualdad de condiciones, y el enriquecimiento cultural son factores imprescindibles en el proceso comunicativo y educativo. Así, consideramos que el modelo de educación presentado coincide con el modelo de comunicación.

Entonces, tanto el emisor como el receptor entablan una conversación, un diálogo que contribuirá activamente a la generación de ideas, reflexiones, para que los individuos logren la transformación de su contexto. En este sentido, como menciona Daniel Prieto Castillo, "nos referimos, en el terreno de la comunicación en especial, a la intencionalidad educativa."²⁸

Así, tenemos que comunicación y educación es un binomio inseparable que, desde una óptica pedagógica, puede enriquecer sustantivamente el proceso de enseñanza-aprendizaje de los individuos.

Sin embargo, el concepto de comunicación no se agota en el diálogo, sino es más amplio. Es decir, también se refiere "a la interrelación humana, al intercambio de mensajes entre hombres, sean cuales fueren los aparatos intermediarios utilizados para facilitar la interrelación a distancia."²⁹ Así, la relación "emisor-mensaje-receptor" que se establece en los sujetos con las emisiones liberadas por lo *mass media* es también un proceso de comunicación. Y dependiendo del contenido también puede ser un proceso educativo que se inscribe dentro del ámbito de la educación no formal, del que a continuación hablaremos.

Como hemos dicho en líneas anteriores, el proceso comunicativo y la retroalimentación también pueden darse fuera del salón de clases. Pongamos un ejemplo en el que tengan qué ver los medios masivos de comunicación. El caso de una estación de radio que transmite programas acerca de temas variados y, por consiguiente, envía mensajes al público, al parecer es una comunicación vertical y

²⁸ Prieto Castillo, Daniel. *Discurso autoritario y comunicación alternativa*. 4ta. ed. México, Premià, 1989. p. 92.

²⁹ Pasquali, Antonio *op. cit.*, p. 41.

autoritaria, porque supuestamente no existe una retroalimentación entre el emisor y receptor. Pero no es así.

Desde una visión más amplia, y como varios programas radiales lo han venido haciendo desde hace mucho tiempo, la audiencia, habiendo reflexionado sobre cierto contenido producido por determinado programa radiofónico, puede sostener una comunicación con el emisor, a través de encuestas, cuestionarios, llamadas telefónicas, correos postales y electrónicos. De ahí que en gran parte de los casos, principalmente en las radiodifusoras educativas y las universitarias, los contenidos que se lanzan al aire son temas de interés para la opinión pública.

Entonces, efectivamente, si existe una retroalimentación o comunicación. Ello constituye una forma de diálogo. Así, la relación "emisor-mensaje-receptor" que establecen las emisiones con sentido educativo liberadas por lo *mass media* es también un proceso de comunicación, un intercambio de ideas entre los sujetos.

En lo que respecta a la comunicación en la educación informal, podemos decir que se desarrolla a través de los encuentros informales, asistemáticos y cotidianos entre los sujetos, en cualquier tiempo, lugar y situación. Por ejemplo, un padre que en un día de campo enseña a su hijo las bondades y propiedades de la naturaleza; o las actividades realizadas por los *boyscouts*.

1.3. La comunicación en la educación no formal.

Como ya hemos indicado en el primer apartado de éste capítulo, la educación puede efectuarse en tres modalidades: la formal, no formal e informal. Para efectos de este trabajo vale la pena destacar con mayor amplitud la no formal, ya que los medios de comunicación masiva, y especialmente la radiodifusión universitaria, son nuestro centro de atención.

En primer lugar, es prudente partir de una definición de los medios de comunicación masiva. Desde la perspectiva del pedagogo Jaime Sarramona, señala lo siguiente:

Entendemos por *medios de comunicación* todo instrumento y/o soporte que vehicula información susceptible de ser codificada analógica y/o arbitrariamente. Los medios de comunicación establecen relaciones entre el sistema emisor y sistema(s) receptor(es), relaciones que pueden ser unidireccionales, bidireccionales e incluso interactivas.³⁰

Con base en lo anterior, los medios de comunicación son aparatos derivados de las nuevas tecnologías, y sirven para que los sujetos distantes logren una comunicación mediante alguno o todos los sentidos. Así, la radio y la televisión, principalmente, han sido los artefactos que vehiculan el contenido informativo a grandes sectores poblacionales, incluso hasta los más lejanos, en donde juega un papel fundamental la radiodifusión.

Asimismo, las características de la comunicación masiva, según Denis Mcquail, son: necesidad de financiamiento, recursos humanos y técnicos; información orientada a públicos amplios; la forma de distribución de los mensajes es informal; la audiencia es heterogénea; simultaneidad a públicos lejanos entre sí; la relación entre emisor y público es impersonal, entre otras.³¹

Como ya se ha señalado, la educación no formal consiste en todo tipo de eventos y programas pedagógicos que tienen como objetivo generar diversos aprendizajes en un determinado público meta y la sociedad en general, lo cual puede llevarse a cabo a través de las emisiones liberadas por los medios de comunicación masiva.

Entonces, el proceso comunicativo en la educación no formal, por ejemplo en la radio, se da de una manera ágil a través de las ondas hertzianas que viajan por el aire para tener una amplia cobertura en la nación. La radio es el medio que mayor penetración puede ejercer en el mundo, y por consiguiente puede servir para difundir mensajes educativos y concientizadores y así contribuir a la eliminación del rezago educativo social.

La radio, dentro de la educación no formal, tiene el poder anticipatorio de convertir la creatividad en un derecho: un derecho individual para que cada ser descubra sus posibilidades, y dotado de iniciativa, recursos y confianza, desbloquee las inhibiciones que reducen sus perspectivas. La radio puede ayudar a las personas a decidir por sí mismas, a aprender por cuenta propia, a comportarse libre, feliz y responsablemente.³²

³⁰ Sarramona, Jaime *op. cit.*, p. 137.

³¹ Cfr. Mcquail, Denis. *Sociología de los medios masivos de comunicación*. 3era. reimp. 1979. Buenos Aires, Paidós, 1972. p. 21-23.

³² Gascón Baquero, María Carmen. *La radio en la educación no formal*. Barcelona, CEAC, 1991. p. 8.

Así, la intencionalidad pedagógica de los mass media puede ser ilimitada y coadyuvar como instrumento de actualización profesional y ofrecer nuevas perspectivas intelectuales para interpretar con mayor claridad y profundidad los sucesos del entorno. De esta guisa, también a la televisión se le puede ver desde una óptica educativa; ya vemos la amplia y variada programación televisiva del Canal 11, 22, por ejemplo.

En este sentido es ampliamente valorado el potencial educativo de éstos, lo cual no es muy frecuente en nuestra sociedad, ya que se ha priorizado el interés comercial, lucrativo. Bastante se ha dicho sobre los efectos negativos de los medios masivos de comunicación. Aunque a decir verdad estos medios no son los culpables, más bien lo son los "ojos" e intereses con que se les ve. Así, el problema tiene su origen en las comunicaciones interhumanas, en las relaciones sociales. El conflicto proviene de lo que el hombre recibe y contesta a su semejante. Pero, principalmente del deseo humano de tener más, de generar mayores ganancias, de dominar a los otros para mantener los privilegios que le proporciona cierto status, lo cual representa la realidad actual.

En la mayoría de los casos, el uso de los medios de comunicación masiva obedece a intereses mercantiles, comerciales, lucrativos. En cambio, las intenciones pedagógicas de estos medios, por ejemplo la radio, han sido muy limitadas, ya que las emisoras educativas y las radiodifusoras universitarias no han tenido un desarrollo tan creciente como las comerciales.

El problema fundamental radica en el momento en que los *mass media* otorgan prioridad al interés y opinión de una minoría (élite) que al de la mayoría de la población. O sea, cuando se antepone al receptor público la preferencia del receptor privado, del afán propagandista y mercantilista, del comercio. Así, "los medios masivos de comunicación servían incondicionalmente a las clases dominantes, y reproducían la ideología de éstas a través de la producción industrial de mensajes comunicacionales estandarizados, repetitivos y estereotipados."³³ Al respecto se señala lo siguiente dentro del ámbito televisivo:

³³ Lozano Rendón, José Carlos. *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México, Alhambra Mexicana, 1996. p. 41.

podemos pensar que en ciertos casos los mensajes y efectos producidos por cada una de estas maneras de difusión en los receptores, es negativo e intrascendente. Por ejemplo, [...] dentro del ámbito televisivo, se encuentran las caricaturas que muchas veces expresan violencia; las telenovelas, sin un contenido cultural y educativo profundo, cuyas temáticas principales son la problemática pasional de uno o más personajes, la ambición por el poder, frivolidad, infidelidad, excesivo énfasis en la valoración al dinero; las pausas comerciales que promocionan diversos productos, utilizan instrumentos e imágenes para expresar y fomentar vanidad, deseos mundanos, vicios para crear en la gente consumismo progresivo, guiado por el fin lucrativo de distintas empresas; ciertos noticieros que con frecuencia emiten sucesos o informaciones manipuladas o tergiversadas por otros, con intenciones de control o distracción a la población [...]³⁴

Además, la investigadora Florence Toussaint agrega lo siguiente: “Los directivos de la televisión mexicana, al igual que en Estados Unidos, profesan la ideología oficial [...] cultura política dominante en el país a lo largo de setenta años, es, como entre los estadounidenses el anticomunismo, moneda corriente en los noticieros y programas de opinión de la pantalla chica.”³⁵ Por lo que, desde una postura crítica educativa, se deben ampliar las políticas para promover la enseñanza y sobre todo el pensamiento analítico, reflexivo y transformador en la sociedad mexicana para poder cambiar esta realidad.

Con base en lo anterior y como señala Armand Mattelart: “El medio de comunicación de masa en su función de entretenimiento consume y consuma la actividad del receptor, pero no la despierta”³⁶. En este sentido, es evidente que tal uso de los medios de comunicación masiva convierte a la cultura como un objeto de consumo, de venta, lo cual es una realidad que debe transformarse, ya que la cultura no puede limitarse a ello. La cultura se ha comercializado y por consiguiente vulgarizado. Ante esta situación, la cultura tiene que renovarse, vivirse humanamente, ser compartida por todos, más no ser guiada por intereses de una minoría. En el caso de la radio sucede algo similar:

en la radio, varias veces se emiten programas dirigidos por comentaristas que manifiestan pensamientos e ideas enajenantes, que pretenden simular realidades que no existen en nuestro país, con un fin de subordinación y engaño al pueblo. Aunque es verdad que existen conferencias radiofónicas, en las cuales se manifiestan inconformidades sobre las acciones y decisiones asumidas por el sistema gubernamental, y que tienen por objeto ampliar el juicio valorativo de la gente acerca de su situación y la del país, no dejan de ser pocas en comparación con sus contrarias.³⁷

³⁴ Pérez Rosas, Luis David. “Crítica y concientización a los medios de comunicación”. En: *Gaceta UPN*, vol. VI núm.1, enero 15, 1999, p. 14.

³⁵ Toussaint, Florence. *Televisión sin Fronteras*. México, Siglo XXI, 1998. p. 176.

³⁶ Mattelart, Armand. *La comunicación masiva en proceso de liberación*. 11ava. ed. México, Siglo XXI, 1986. p. 135 y 136.

³⁷ Pérez Rosas Luis David, *op. cit.*, p. 14.

Así, la intencionalidad de estos medios de comunicación masiva ha sido, en ciertas ocasiones, la mediatización y la distracción acerca de los acontecimientos y hechos económicos, políticos y sociales realmente importantes y trascendentes que suceden en México, como el alza de precios, crisis económicas, las condiciones precarias de los indígenas, etcétera. Al respecto Mario Kaplún dice:

¿Cómo contrarrestar esa alienación?. Produciendo programas de radio que, siendo de buena calidad técnica, enfoquen problemas de auténtico interés local, regional y nacional; programas que se refieran a aspectos sociales, políticos, económicos, culturales, históricos, educacionales de pueblos, ciudades, naciones o países. ¿Cómo lograr esos programas de alta calidad técnica y de contenido?. Pues utilizando los mismos recursos técnicos con los que se producen actualmente esa cantidad de programas mediocres y triviales, por su contenido.³⁸

Así, como menciona el investigador Denis McQuail: "Las condiciones de funcionamiento de los medios masivos de comunicación en los países en desarrollo determinan un importante -y a menudo muy evidente- grado de interacción con la estructura social y las instituciones existentes."³⁹ Es decir, existe una interdependencia entre los mensajes emitidos por los medios masivos y la sociedad; los medios masivos tienen una función social, que debe ser guiada por el interés nacional, no el de una minoría. Ello nos conduce a una situación problemática que puede resolverse tomando como referencia el asunto de la democratización en el uso de los medios de comunicación.

Democratizar significa hacer que el derecho a la comunicación esté garantizado para todos, que no sea el privilegio de una minoría, menos aún si ésta se constituye a raíz de su poder económico. Democratizar significa que la sociedad hace posible la realización de ese derecho sobre la base de la participación organizada y el financiamiento social de la actividad comunicativa. Democratizar significa que la comunicación vertical y la producción industrial de los bienes portadores de mensajes se ponen al servicio del desarrollo de la convivencia social, de la comunicación horizontal, de la creación artesanal, de la participación social activa y responsable; en suma, del proceso de democratización. En esta concepción el derecho a la comunicación, al igual que el derecho a la educación, a la salud, al trabajo, etcétera, no puede subordinarse a los imperativos del mercado. Se trata de un derecho humano fundamental que debe ser ejercido socialmente. Se trata de una necesidad básica que el Estado democrático debe garantizar a todas las fuerzas sociales significativas.⁴⁰

³⁸ Kaplún, Mario. *Producción de programas de radio*. México, CIESPAL, 1978. p. 10 y 11. (Colec. Intiyan)

³⁹ Mcquail Denis, *op. cit.*, p. 82.

⁴⁰ Simpson Grinberg, Máximo. *Comunicación alternativa y cambio social*. México, Premià, 1986. (Colec. La Red de Jonás) p. 99.

Por ello, el acceso a la cultura debe ser igualitario, para todos; y una forma para lograrlo es entender que ésta debe formar parte de la comunicación entre los sectores sociales, de las emisiones de los medios electrónicos (como la radio) y éstos a su vez deberán promoverla, en especial los más variados temas educativos y de interés social.

De ninguna forma se trata de satanizar a los *mass media* y su función, sino de valorar y aprovechar al máximo su potencial educativo. El aprovechamiento que se le de a éstos se mide por los niveles de participación social en las emisiones radiales y televisivas; por ejemplo, para el caso que nos ocupa, el nivel de participación de la comunidad estudiantil universitaria en la radiodifusión de la UPN. Cabe recordar que: "Democracia es inseparable de participación y ésta de información."⁴¹

Sin embargo, es evidente que varios de los programas televisivos y radiofónicos han soslayado los contenidos educativos y de interés social, transmitiendo contenidos superficiales o sin transcendencia para la audiencia, lo cual no estimula la capacidad de análisis y crítica de ésta. Esto, precisamente, es lo que se debe eliminar definitivamente. Al respecto, Antonio Pasquali menciona:

"Patrones comerciales o autoritarios de uso han terminado por imponerse en un vacío jurídico, político y cultural, o en connivencia con poderes políticos inconscientes de la vocación de *servicio público* inherente a los medios, sobre todo radioeléctricos. El problema del uso y controles de la comunicación social han alcanzado hoy una dimensión internacional."⁴²

Por lo tanto, los profesionales de la educación debemos cambiar esta situación, y para ello es necesario crear nuevas condiciones que propicien una mayor apertura a la educación no formal vía medios de comunicación masiva, y así ampliar la participación social, en este caso estudiantil en la creación de una serie radiofónica dirigida por los estudiantes de la Universidad Pedagógica Nacional y ofrecer una nueva alternativa de programas radiales para el público.

⁴¹ Moragas, Miquel de. *Sociología de la comunicación de masas*. 2nda. ed. Vol. III. Barcelona, Gustavo Gili, 1986. p. 18. (Colec. Mass Media)

⁴² Pasquali Antonio, *op. cit.*, p. 38.

1.4. El potencial educativo de los medios de información masiva.

La educación no formal, vía medios, advierte la necesidad de contribuir al enriquecimiento educativo y cultural de la colectividad, transmitiendo programas que atiendan temas de interés nacional e incluso impartir clases, cursos académicos y talleres, vía radio o televisión. Por ejemplo, Radio Universidad ha transmitido programaciones en las que se imparten materias escolares para enseñar diversos contenidos e incluso idiomas, además de programas que contribuyen al enriquecimiento educativo de la sociedad.

Es prudente distinguir y valorar el potencial pedagógico de éstos medios, y así contribuir activamente al enriquecimiento cultural de la sociedad. "Los medios de comunicación de masas entran en la consideración de agentes educativos [...] cuando se instrumentalizan pedagógicamente para vehicular información o cuando por sí mismos generan efectos educativos."⁴³

Las ventajas que ofrece esta modalidad educativa son variadas. Por ejemplo: dada la gran cobertura de la radio, extiende el saber y el conocimiento, incluso hasta los sectores más lejanos; no requiere la presencia del sujeto en un aula, quien generalmente labora de tiempo completo; proporciona un ahorro sustancial en la compra de materiales escolares y viáticos de traslado; adecuación en el tiempo y espacio del receptor; se pueden realizar al mismo tiempo otro tipo de actividades que no requieran niveles altos de concentración; entre otras.

Cabe señalar que ésta no es una estrategia pedagógica cuyo objeto sea fomentar la pasividad y "flojera" en el proceso de enseñanza-aprendizaje, sino promover un mayor número de oportunidades educativas para quienes no tienen los recursos para estudiar la educación formal, por ejemplo en una Institución, o para quienes deseen emplear con un sentido de aprendizaje y enriquecimiento educativo su tiempo libre.

Sin embargo, también el hecho de estudiar en esta forma implica una gran exigencia: la autodisciplina, la responsabilidad y la perseverancia para llevar a su término la materia impartida, si es el caso, o para asimilar con profundidad el

⁴³ Sarramona, Jaime. *Educación y comunicación*. Barcelona, CEAC, 1988. (Colec. Teoría de la Educación) p. 139.

contenido educativo. Asimismo, se requiere la habilidad del autodidactismo, es decir, ser capaz de aprender por cuenta propia.

Respecto al grado de aprendizaje adquirido por el receptor a distancia, no demerita el hecho de que no haya asistido y presentado las evaluaciones en un aula. En algunos planes de estudio que contienen programas radiofónicos, las evaluaciones del nivel de conocimientos acerca de tal o cual curso radiofónico, por ejemplo, se realizan en un determinado centro educativo; en otros casos no existe tal proceso para asignar calificaciones, sino el mismo receptor internaliza lo que considere de mayor importancia del curso o la serie; lo cual complementa el proceso de enseñanza-aprendizaje llevado a cabo en el aula, lo principal. Lo que resalta en este tipo de procesos educativos es la capacidad del educando para aprender vía los medios de comunicación masiva. Sobre este aspecto, Jaime Sarramona opina:

La relación mass-media-educación es, desde luego, compleja y versátil. Los medios pueden ser vehículos y, a la vez, contenidos de la educación; pueden desarrollar funciones mesológicas en la escuela y en la enseñanza a distancia, y paralelamente generar efectos de educación en la familia y en otros contextos informales; sirven para la transmisión de conocimientos, así como para la persuasión, la conformación de actitudes o la adquisición de valores (o contravalores).⁴⁴

Es imprescindible valorar el potencial pedagógico de los medios de comunicación como instrumentos didácticos para promover la cultura, los valores, y los más diversos tipos de enseñanza-aprendizaje con el objeto de lograr un enriquecimiento cultural de la sociedad y coadyuvar activamente, vía la educación no formal, en la formación de sujetos con un pensamiento crítico, analítico, reflexivo y propositivo a la situaciones por las que transita el país. Ello se logrará a través de las emisiones liberadas por un programa de radio -del que se hablará en el tercer capítulo- basadas en contenidos de actualidad y en los pensamientos y conocimientos que los estudiantes aprenden en las aulas, con el fin de aumentar su nivel intelectual, y consiguientemente su pensamiento crítico.

Si la igualdad, la democracia, la libertad de pensamiento y de expresión, la justicia, la participación de la opinión pública en la toma de decisiones políticas, y el bienestar social son el ideal de sociedad al que se pretende llegar, entonces es necesario "poner la comunicación [y ello equivale a decir la radiodifusión universitaria, por ejemplo] [...] al servicio de la crítica y de la transformación"⁴⁵ de la comunidad universitaria y de la sociedad en general.

⁴⁴ Sarramona, Jaime *op. cit.*, p. 138.

⁴⁵ Prieto Castillo, Daniel *op. cit.*, p. 152.

Por ello, en este trabajo, se considera conveniente aludir a la radio desde la perspectiva de la educación no formal, en especial a la radiodifusión universitaria, como un medio que puede utilizar la educación y la Universidad Pedagógica Nacional para emitir mensajes educativos, que promuevan la reflexión y la concienciación de la sociedad y la comunidad estudiantil acerca de diversos temas y situaciones de actualidad.

Precisamente, la radiodifusión universitaria tiene ese fin: la transmisión de contenidos educativos. Estamos convencidos de que la radio es un medio de fácil acceso y de gran cobertura para emitir tales mensajes y que éstos sean escuchados por diversos sectores de la sociedad, incluso los más lejanos y desfavorecidos. La radio es un medio que ofrece múltiples beneficios en el ámbito social y educativo. Al respecto, Mario Kaplún menciona las ventajas del medio radiofónico:

- amplia difusión popular
- simultaneidad (posibilidad de llegar a muchas personas al mismo tiempo)
- instantaneidad: el medio impreso -periódico o revista- llega al lector muchas horas después de escrito y sólo mediante un proceso de distribución individual, ejemplar por ejemplar; el mensaje radiofónico llega al oyente en el mismo momento en que se emite y se "distribuye", sin necesidad de la intervención de ninguna agente intermediario.
- largo alcance
- bajo costo per cápita: más bajo que el de ningún otro medio de difusión colectiva, lo que a su vez se traduce desde el punto de vista educativo en la relación costo-beneficio más favorable.
- acceso directo a los hogares de los destinatarios; el mensaje radio o teledifundido llega al domicilio de cada usuario, sin que éste tenga que desplazarse para recibirlo [...].⁴⁶

⁴⁶ Kaplún, Mario. *Producción de programas de radio*. México, CIESPAL, 1978. (Colec. Intiyan) p. 48.

Así, los programas radiofónicos con fines educativos cobran importancia en la medida en que el radioescucha procesa, reflexiona y analiza los mensajes emitidos, para lograr la transformación de su pensamiento y acción. Lo que ahora más que nunca necesita la sociedad mexicana son series radiofónicas que promuevan el desarrollo de una conciencia histórica, crítica y reflexiva en torno a la situación general del país y del mundo.

Aunque, no nada más debemos rescatar el valor educativo e informativo de la radio, sino también el de estimular el pensamiento y la imaginación. "En el caso concreto de la radio, en virtud de su particular naturaleza tecnológica, los elementos expresivos que pueden ser utilizados son exclusivamente de carácter auditivo. Estos elementos son tres: la voz, la música y los efectos sonoros."⁴⁷ Al ser la radio un medio masivo que utiliza esencialmente el lenguaje, la palabra, la transmisión de ideas, impulsa o estimula activamente en el sujeto la capacidad de imaginar lo que está oyendo, recrear el pensamiento, crear fantasías para confrontarlas con la realidad y asociarlas con su vida cotidiana. Así, el investigador Romeo Figueroa dice:

En su Gutenberg galaxy, Marshall McLuhan llamó a la radio el medio *caliente* por su poderoso impacto en la imaginación; a diferencia de la TV, un medio esencialmente visual, que el autor de *Los medios de comunicación como extensiones del hombre* etiquetó como *frío*. Entonces, habrá que destacar la importancia del empleo de la radio y su rol siempre cálido y vital en el seno auditivo del oyente.⁴⁸

La radio es una extensión que utiliza el hombre para comunicarse con los demás, para despertar inquietudes, promover la interlocución reflexiva; debe ser un medio que "propicie la discusión abierta de los problemas locales, regionales, nacionales, e internacionales [...]; auxilie las tareas educativas; estimule las expresiones artísticas y culturales locales, y esté abierta para apoyar el devenir cotidiano de la sociedad."⁴⁹

Entonces, los medios de comunicación masiva pueden ser instrumentos didácticos para el aprendizaje así como medios de expresión para los diversos sectores de la sociedad. "En este sentido, dicho medio es una vanguardia [...],

⁴⁷ Romo Gil, María Cristina. *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*. México, Diana, 1987. p. 49.

⁴⁸ Figueroa, Romeo *op. cit.*, p. 494.

⁴⁹ Romo Gil, Cristina *op. cit.*, p. 169.

tanto en la creación de nuevas formas de expresión como de nuevas formas de pensar, de sentir y de ver la sociedad.”⁵⁰

Por lo tanto, creemos conveniente ofrecer una alternativa de programación radial para la UPN. La serie radiofónica que propongo es importante porque, además de transmitir contenidos sumamente educativos y culturales, se orienta a fomentar la libre imaginación, el pensamiento crítico, analítico, y propositivo de los estudiantes radioescuchas, y de la sociedad en general. Lo cual, considero, si no es novedoso, es relevante puesto que pocos son los programas radiofónicos que tienen ese fin: el de concientizar y promover la reflexión y crítica a la población acerca de la situación económica, política, social, y educativa del país. La mayoría son series cuyo contenido es superfluo, mundano, y con fines comerciales y propagandísticos.

Estos últimos son los que sobran, y los que menos hacen falta a la mayor parte de la sociedad mexicana, que desgraciadamente padece de modos de vida marginales en todos los aspectos: nutrición, educación, vestido, vivienda, etc., y por consiguiente constituyen el sector más fácil de manipular y engañar ideológicamente.

Los problemas de analfabetismo, pobreza, inestabilidad económica, política, social, crisis de todo tipo, injusticia, corrupción, y otros, al parecer, no terminarán pronto; por el contrario, la realidad demuestra que se incrementarán. Ante ello, precisamente, responde mi propuesta, ya que la serie radiofónica, también, tendrá como fin la expansión del saber a todos los sectores, incluso los más lejanos.

A la emisoras universitarias debemos exigirles mucha más creatividad para ampliar y difundir los beneficios de la universidad a aquellos que nunca podrán acceder a ella. La universidad, como creadora de cultura y conocimiento tiene la obligación de difundir y hacerlos accesibles a toda la población. La radio universitaria tiene que ampliar sus géneros, sus formatos, sus contenidos, sus destinatarios y debe aprovechar más sus recursos humanos e institucionales hasta lograr que cada una de sus instancias tenga su propio programa.⁵¹

La radiodifusión educativa y cultural es, "el medio que permite el ejercicio más absoluto de la libertad de imaginar"⁵², comprender y analizar con amplitud el entorno en que vivimos, innovar formas de pensamiento y acción, y saber el rumbo del país. Es un elemento para la liberación de las conciencias, una opción para la

⁵⁰ Mattelart Armand, *op. cit.*, p. 140 y 141.

⁵¹ Romo Gil, María Cristina. *La otra radio: voces débiles, voces de esperanza*. México, IMER, 1990. p. 168.

⁵² Figueroa Bermúdez, Romeo. *¡Qué onda con la radio!*. México, Alhambra-Mexicana, 1996. p. 69.

transformación ideológica de los sujetos. Y eso es exactamente el ideal a que se orienta mi trabajo: la formación de sujetos con un pensamiento libre y autónomo. La radio, por su amplia cobertura y ventajas, es un recurso eficaz para ello.

El [...] uso de los medios de comunicación, [como] *instrumento de expresión*, tiene que ver con la competencia comunicacional de los alumnos. Aquí la escuela se interesará en la producción de los estudiantes y en su rol como emisores. Una manera concreta de promover la participación social de los alumnos, valorando su expresión y enseñándoles que su voz cuenta.⁵³

Por lo tanto, la propuesta de radio que se empieza a construir será un instrumento pedagógico que coadyuvará a las labores de expansión del saber que toda institución de educación superior se encuentra comprometida a realizar. De esta propuesta hablaremos con mayor detenimiento en el tercer capítulo.

Ahora bien, cabe hacer una última reflexión que consideramos valiosa acerca de los medios de comunicación masiva, a fin de ilustrar el impacto de aquellos en la sociedad contemporánea. Actualmente, los medios de comunicación masiva: la radio, la televisión y la prensa, aunados con la tecnología electrónica de punta, como la cibernética, el internet, han rebasado las barreras entre lo que acontece en una y otra nación. Los medios enseñan y cada vez alcanzan mayor penetración en la sociedad, incluso en los sectores más desposeídos, para difundir las ideas con intenciones de manipulación a las masas. Además, imponen su manera particular de enseñar, deciden el contenido de acuerdo a intereses ocultos, y así llegamos a que toda información va dirigida, lo cual ejerce un mayor impacto en las mentes de los seres humanos, que los mensajes en la escuela.

Armand y Michèle Mattelart complementan esta idea al decir: "Toda transmisión del saber tiende a pasar por la regla de los medios masivos y de la cultura de masas [...]"⁵⁴ La información emitida por los medios supera en gran medida a la que se ventila en las instituciones de educación, por ejemplo, superior.

Pues, a escala mundial y universal, los medios con su acción ejercen un poder de actualización sobre el acontecer cotidiano, en mayor medida que la escuela. Así, se menciona que los medios son los creadores de una especie de:

⁵³ Morduchowicz, Roxana. *La escuela y los medios. Un binomio necesario*. Buenos Aires, Aique, s/año. p. 51. (Colec. Estrategias de Aula)

⁵⁴ Mattelart Armand y Michèle. *Los medios de comunicación en tiempos de crisis*. 7a. ed. México, Siglo XXI, 1998. p. 67.

“aula sin muros”, ya que rebasan en sumo grado la acción del maestro sobre el alumno dentro de un aula, y constantemente están emitiendo información reciente: lo que acontece en México, Francia, Japón, Estados Unidos, Colombia, Australia, etcétera. Ello fomenta un mayor número de aprendizajes en los sujetos, que los adquiridos dentro del salón de clases.

Al respecto, Marshall McLuhan menciona:

Hoy en nuestras ciudades, la mayor parte de la enseñanza tiene lugar fuera de la escuela. La cantidad de información comunicada por la prensa, las revistas, las películas, la televisión y la radio, exceden en gran medida a la cantidad de información comunicada por la instrucción y los textos en la escuela.⁵⁵

Por ello, las instituciones educativas han sido rebasadas y se encuentran en un estado de rezago, lo que las mantiene muy lejos del progreso y del pensamiento crítico. Por ejemplo, el Sistema Educativo Nacional mantiene prácticas escolares tradicionales, y se siguen presentando problemas de deserción, bajo rendimiento, ausentismo, falta de presupuesto, desinterés del alumnado, aprendizaje memorístico, por decir algunos.

Entonces, ahora los medios educan y ejercen un gran poder de dominio y sobre todo de convencimiento para los sujetos; sin embargo, la escuela cada vez pierde terreno y se orienta sólo a la formación de técnicos, debilitándose así la acción de formar sujetos críticos, analíticos y reflexivos, lo principal de toda buena educación.

⁵⁵ Carpenter Edmund y Marshall McLuhan. *El aula sin muros*. 3a. ed. Barcelona, Laia, 1981. p. 235.

CAPÍTULO II.
LA
RADIODIFUSIÓN
UNIVERSITARIA

CAPÍTULO II. LA RADIODIFUSIÓN UNIVERSITARIA.

2.1. Contexto Histórico de la Radio en México.

En la actualidad, la radio es considerada como el tambor que sonaba en las tribus primitivas. En verdad es imposible escapar de la acción de la radio. Con el aumento de salario se pueden tener no uno sino dos o más radioreceptores en casa. La música de fondo, la historieta, la radionovela, el radiodrama, el concurso, el noticiero, la charla, el comercial, etc., se suceden y se imponen llenando nuestro espacio acústico y nuestra mente.

En primera instancia, para comprender el concepto de radiodifusión, es necesario partir de la definición que propone el investigador Romeo Figueroa:

la radiodifusión es una forma de telecomunicación, (comunicación a distancia) de carácter público, representada por la emisión, el transporte y la recepción de voces, música y efectos sonoros por medio de ondas electromagnéticas que, sin el empleo de cables y conexiones, viajan desde una fuente centralmente localizada (estación) hasta el radioescucha (receptor).⁵⁶

Así, la radio sirve para un sinnúmero de fines personales; los sujetos se pueden sentir acompañados en su soledad o alejarse de la multitud que le rodea, y así se crea un lazo de participación en cuanto a la percepción, selección, interpretación de los mensajes.

La mayoría de nosotros dependemos de los productos de la comunicación de masas, entre ellas la de la radio, en cuanto a casi toda la información y entretenimiento que recibimos durante la vida. Es evidente que lo que sabemos de las figuras y decisiones públicas dependen en gran medida de lo que nos dicen los medios de comunicación. Por lo que la radio, particularmente, juega un papel fundamental en nuestras vidas cotidianas.

La radio, por su naturaleza, es un medio que tiene una amplia cobertura y es una extensión que utiliza el hombre para comunicarse con los demás. En otras palabras, el investigador Mario Alberto Pérez Hernández apunta:

⁵⁶ Figueroa Romeo, *op cit.*, p. 87.

[...] la Radio es el medio eficaz, el más penetrante, el más escuchado, el que llega a un mayor número de personas. Según datos de los Radiodifusores del país, el 95 por ciento de la población acostumbra a escuchar Radio en un tiempo promedio de 3.24 horas diarias por persona. Además, el informe de esa Asociación señala que existen de 4 a 5 aparatos en cada hogar mexicano y que los lugares donde lo escuchan es: en el hogar un 95 por ciento; en el automóvil un 70 por ciento; en el trabajo un 16 por ciento y en la calle un 4.2 por ciento.⁵⁷

Con base en esta aportación, se puede decir que dada la amplia penetración del medio, el uso de la radio es un factor potencial que promueve en la audiencia la imaginación, la reflexión. Una vez dicho esto, a continuación presentaremos un bosquejo histórico de la radiodifusión en México.

La etapa experimental de la radio se remonta aproximadamente a 1917, en tiempos de Venustiano Carranza. Una de las primeras transmisiones se realizó desde la ciudad de Pachuca hasta donde se construía el aeropuerto capitalino (llanos de Balbuena), en donde el presidente Álvaro Obregón escuchó el corrido de la *Adelita*, del *Trío González* y grabado en un disco de 78 rev. por minuto.⁵⁸

Pero fue el 9 de octubre de 1921, en Monterrey, Nvo. León, cuando se realizó la primera emisión formal en el norte de la República, a través de la Tárnava Notre Dame (TND), mérito del ingeniero Constantino de Tárnava, quien condujo, escribió el guión radiofónico y fungió como operador. Constituido por música, en su mayoría clásica, el programa contó con la participación de ocho colaboradores. Así, la década de los 20's es considerada como la cuna de la radiodifusión mexicana, que surgió para consolidarse como una de las industrias más importantes del siglo XX.

A partir de 1923 comenzaron a proliferar más estaciones y las principales fueron la CYL, CYB. La primera fue creada por Raúl Azcárraga Vidaurreta, hermano de Emilio Azcárraga Vidaurreta, y perteneció a la empresa *El Universal Ilustrado* y la *Casa de la Radio* y sus anuncios promovían el periódico *El Universal* y su revista, además de radioreceptores y otros artículos. La CYB, fue fundada por el prominente empresario, José Reynoso, quien se asoció con los hermanos Luis y Raúl Azcárraga. El público destinatario de los *spots* de esta emisora fueron los

⁵⁷ Pérez Hernández, Mario Alberto. *Prácticas Radiofónicas. Manual del Productor*. México, Porrúa, 1998. p. 19.

⁵⁸ *Cfr. Somos* (Revista), edición especial: "XEW 70 Aniversario. La Catedral de la Radio." Año 11, núm. 199, septiembre 1, 2000. p. 9 y 10.

fumadores y consumidores de cerveza Corona Regia;⁵⁹ con las voces de los *vociferadores* o *perifoneadores*, como se les llamaba a los locutores o anunciadores.

La emisora de la *Cigarrera del Buen Tono* en 1929 cambió sus siglas a XEB, *La B Grande de México*, debido a su participación en la Conferencia Internacional de Telecomunicaciones, en Washington, E.U., la cual se consolidó como el órgano regulador de las siglas de todas las emisoras del mundo. De ahí, le fueron conferidas a México la XE y la XH, como símbolos distintivos.⁶⁰

Sin embargo, la radio no sólo difundió mensajes desde la óptica comercial, ya que en 1924 surgió la primera emisora de radio estatal, perteneciente a la naciente Secretaría de Educación Pública (SEP), la cual comenzó a transmitir contenidos culturales: esto lo hizo la CZE, después conocida como *Radio Educación*.

Dado el expansivo crecimiento de la radiodifusión comercial, *Radio Educación* se vio relegada y suspendió sus actividades a finales de los 20's. Pero, a principios de los 30's reanudó sus labores educativas; pero los esfuerzos, el desarrollo volvió a ser débil en comparación con el monopolio de las estaciones comerciales, por lo que a finales de 1940 de nuevo se paralizaron sus transmisiones.⁶¹

Ya para abril de 1926, era creciente el número de concesiones para radiotransmisoras y siendo presidente el Gral. Plutarco Elías Calles, se reglamentaron, con la expedición de la Ley de Comunicaciones Eléctricas, los sistemas telefónico, telegráfico y radiotelegráfico.

Dos años más tarde, dentro del aspecto social y político se distinguía un ambiente antirreligioso, provocado por el conflicto cristero de tres años atrás. En este contexto el presidente electo, el Gral. Álvaro Obregón, fue asesinado por el extremista católico José de León Toral en el restaurante La Bombilla, en San Ángel. Cabe señalar que la noticia fue transmitida por la ya mencionada CZE, y ello dió pie a careos y a la demostración de pruebas contra la madre Conchita y los implicados en el asesinato, lo que constituyó un logro social, político e histórico de la radio, y la primera noticia dramática transmitida por este medio.

Una vez llegada la década de los treintas, el país requería un cambio en diversos aspectos. En el entretenimiento era necesario que la radio se vinculara a la

⁵⁹ Cfr. *Ibidem*, p. 63.

⁶⁰ Cfr. Figueroa Bermúdez, Romeo, *op cit.* p. 42.

⁶¹ Cfr. Granados Chapa, Miguel Ángel. *Exámen de la comunicación en México*. México, El Caballito, 1981. p. 94.

llegada de la televisión y a la novedosa cinematografía a color, venida de Hollywood. La tecnología en radiodifusión era todavía arcaica y el cine se comenzó a perfilar hasta 1931 con la película *Santa*. No obstante, los principios del auge de la radiodifusión mexicana fueron a partir del 18 de septiembre de 1930 con la salida al aire de la XEW.

La afamada *W*, *La voz de América Latina desde México*, también conocida como la *Catedral de la Radio*, fue creada por Emilio Azcárraga Vidaurreta, y pronto se convirtió en pilar de la radiodifusión para los países de habla hispana, y siendo la primera estación que toma como referencia la idiosincracia de los mexicanos.

Entre 1934-1958 fue un periodo de gran creatividad comercial para la emisora, pues poetas, literatos e intelectuales prestigiados escribían guiones, radioteatros y *jingles* que se convirtieron en clásicos. Los nombres de Xavier Villarrutia, Salvador Novo, Javier Ruiz Rueda, Ángel Rabanal, Jesús Elizarrarás, Armando de María y Campos, Francisco Márquez García, etcétera, pueden recordarse en aquellos ambientes. En ese momento, el doctor Fernando González Oviedo hizo el anuncio más comprimido y subliminal: *Mejor, Mejora, Mejoral*; Salvador Novo escribió el más popular: *Siga los tres movimientos de Fab: remoje, exprima y tienda*, interpretado por la cantante Eva Garza, y para los de cabello rebelde: *Cabellera seductora, si la peina con Glostora*, que tuvieron gran popularidad.

Igualmente, el bolero romántico tuvo gran éxito; las canciones de Luis Arcaraz, Alfredo Núñez de Borbón y María Grever así lo confirman. También el albur se notó en *Tú ya no soplas*, *Estás como rifle* y *Me importa madre*, sin olvidar la influencia del arte musical de Cuba, como la Trova. Comenzaron a escucharse grandes *estrellas*, como Agustín Lara, Francisco Gabilondo Soler *El grillito cantor* *Crí-Crí*, Toña "La Negra", Emilio Tuero, y desde luego Pedro Infante y Jorge Negrete, entre otros.

De acuerdo con el contexto de esa época, el carácter comercial de la radio adquirió un rango creciente. "La radio se convierte en el principal medio de información, de entretenimiento y de cultura del Tercer Mundo."⁶² Uno de los

⁶² Pierre Albert y André-Jean Tudesq. *Historia de la radio y la televisión*. México, FCE, 1995. p. 160.

objetivos principales de este medio de información fue promover el consumo entre la población.

Sin embargo de la embestida comercial, surge otro modelo: en 1937 se creó *Radio Universidad XEXX*, ahora *XEUN Radio UNAM*, que consolidó una programación cultural que transmitía el acervo musical, la literatura, el drama, y divulgaba la ciencia y el arte a nivel nacional e internacional, con el fin de contribuir al enriquecimiento educativo de los universitarios y la sociedad. Fue la principal experiencia radiofónica para todas las universidades del país.

En 1938, surge como parte del imperio Azcárraga otra radiodifusora de gran éxito: la XEQ, y entre sus programas destacaron: *Quiero trabajar*, *En el rancho del edén*, *El monje loco*, *La policía siempre vigila*, *El cochinito*, *El risómetro*, *Así es mi tierra*, *Suspense Colgate*, así como los del Panzón Panseco y el Doctor IQ, *El banquero mental*. Casi todos recordados melancólicamente por la gente adulta. En estos programas el diálogo y la música se acompañaban por una serie de sonidos que constituían el trasfondo de lo que se transmitía; una especie de escenario. En aquellos tiempos de la Expropiación Petrolera, también se recuerda el famoso *Corrido del Petróleo*, *La Malageña*, *La Polka*, *El Barrilito* y *Camioncito Flecha Roja*.

La radiodifusión siguió su expansión y en 1940 surgió la XEQK, *La hora exacta del Observatorio de México*, como una radio distinta a las demás, la cual se caracterizó por dar minuto a minuto la hora, entre velocísimos anuncios comerciales.⁶³ Cabe decir que hasta ahora, dicha emisora sigue cumpliendo con sus funciones. Un año más tarde, aconteció un hecho de trascendental importancia para la historia de la radio: "en 1941 se funda la cadena Radio Programas de México, entre cuyos socios más importantes estaba Emilio Azcárraga Vidaurreta."⁶⁴ Éste fue el primer grupo radiofónico y a partir de esta fecha comenzaron a proliferar grupos similares.

La XEX, *La Voz de México*, inaugurada por el, obviamente, ya monopolista de la radio, Emilio Azcárraga, en octubre de 1947, inició con grandes tendencias

⁶³ Cfr. Ramírez, José Agustín. *Tragicomedia Mexicana I*. México, Planeta Mexicana, 1990. p. 40.

⁶⁴ Ramos Raymundo, et al. *México a través de los informes presidenciales. Las comunicaciones*. México, Secretaría de Comunicaciones y Transportes/Secretaría de la Presidencia. 1976. p. 418. Citado por Juan Leyva. *Política educativa y comunicación social. La radio en México, 1940-1946*. México, CESU-UNAM, 1992. p. 41.

moralistas, prohibiendo canciones consideradas como impropias. En la emisora figuraron grandes personajes de la comunicación, como Paco Malgesto, Pedro Ferriz, Jacobo Zabludovsky y, años después, Daniel Pérez Alcaraz, Roberto Armendáriz y Francisco Stanley (padre).

Los distintos estratos sociales del país estaban unidos por la programación de la *W*. En ese momento surgieron los modestos teatrillos ambulantes llamados carpas, por las cuales transitaban personajes como Lucha Reyes, *La Reina de la Canción Ranchera*; Mario Moreno *Cantinflas*, *el Gran Mimo*; Gloria Marín, *La Muñequita que canta*; Mario García *Harapos*, Manuel Palacios, *Manolín* y Stanislao *Schillinsky*, entre otros, que de sus humildes foros pasaron a la inmortalidad a través del cine, durante su época dorada, no sin antes pasar por la radio, el medio de entretenimiento masivo.

En los 50's, la radiodifusión tuvo un competidor potencial que pudo anunciar su declive: la televisión. Los televisores se adueñaron de los hogares, y ello consolidó una nueva fuente de diversión y sobre todo comercialización. Nuevamente los Azcárraga introdujeron este importante medio que estaría llamado a consolidar uno de los grandes monopolios del mundo: Televisión Vía Satélite -Televisa-

A pesar de este gran golpe para la radio, en 1952 se crea la XHFM, *Radio Joya*, la primera estación en FM y con ella el primer grupo de Frecuencia Modulada Mexicana *FMM*, fundado por el visionario Joaquín Vargas Gómez.

El Grupo Estereorey-FM Globo, fue la cadena pionera de la FM estéreo en México, pues logró posicionarse como uno de los grupos de vanguardia, no sólo en contenido, sino también en avances tecnológicos: primeros con sonidos estéreo, con sistema láser, con 180,000 watts aparentes radiados; primeros también con noticieros de larga duración en FM, como cadena de FM vía satélite y cobertura nacional; primeros con sistema Digital Audio Tape (DAT) y con el innovador sistema ASAT-6406 y la unidad móvil más avanzada para llegar al auditorio nacional vía satélite. Su exponencial crecimiento les ha permitido ampliar sus mercados con el sistema MVS-Noticias, Multivisión, que abarca el amplio territorio de la televisión de cuota: un mercado realmente virgen en América Latina.⁶⁵

El 19 de enero de 1960 se inicia la normatividad de la radio con la promulgación de la Ley Federal de Radio y Televisión, que manifiesta la intención del Estado en participar como emisor. Dicha ley estipula que las radiodifusoras podrán ser comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas

⁶⁵ Información proporcionada por Guillermo Aguilar Moreno, gerente general y fundador de Stereorey y FM-Globo Estéreo, en Veracruz. Ver. Citador por Figueroa Bermúdez Romeo, *op cit.*, p. 53.

radiofónicas. Así: "la radio era todavía el monarca de los medios. En 1960 el número de aparatos de radio en México ascendía a más de 3 millones, cinco o seis veces más que el número de televisores. En 1961, la radio acaparó 36% de los \$120 millones de dólares que se gastaron en publicidad, mientras que la televisión captó sólo el 6%."⁶⁶

En ese momento surgieron nuevas formas de hacer radiodifusión por las emisoras independientes, las que al ser privadas y fundadas por una asociación civil local tienen más posibilidades de hacer una radiodifusión participativa, comunitaria. El primer ejemplo fue cuando en 1963, en Ixmiquilpan, Hidalgo, el Patrimonio Indígena del Valle del Mezquital y la Huasteca Hidalguense patrocinan a *Radio Mezquital* o XEZG AM y XEHD FM. Era una radio en la que se lanzaban programas bilingües informativos y de opinión política en otomí y español, para contribuir a su desarrollo integral a través de la educación formal y no formal. También se transmitían programas seleccionados de *Radio UNAM* y *Radio Educación*.⁶⁷

Contradictoriamente, la civilización presentaba serios conflictos. El movimiento estudiantil del 68 se hizo presente, durante el sexenio de Gustavo Díaz Ordaz y la mayor parte de las estaciones se utilizaban con fines empresariales, mercantilistas, y se subordinaban al poder. A cambio, el poder cumplía con un precepto implícito: dejar hacer a los empresarios todo el dinero que pudieran, mediante los medios masivos. La información presentada era manipulada por la Secretaría de Gobernación y los programas de crítica y análisis eran casi nulos.⁶⁸ Prácticamente no existió una total libertad de expresión, sino después de algunos años. Por lo tanto, el movimiento no se vio favorecido por los medios.

Cabe señalar que para estas fechas y después de 27 años, en 1967, la XEEP, *Radio Educación*, recobra su vigor y vuelve al aire; solamente que en los siguientes cinco años no tuvo el impacto deseado; pero poco tiempo después, a partir de 1972, inicia un proceso de auge que empieza a proporcionarle prestigio a nivel nacional. Este proyecto radiofónico se traduce en una labor tendiente a fomentar una conciencia cívica y política, y para ello incluye noticiarios, programas

⁶⁶ Fernández Claudia y Andrew Paxman. *El Tigre. Emilio Azcárraga y su imperio televisivo*. México, Grijalbo, 2000. (Colec. Raya en el Agua) p. 90.

⁶⁷ Cfr. Romo Gil Cristina. *La otra radio: voces débiles, voces de esperanza*. México, IMER, 1990. p. 117-120.

⁶⁸ Cfr. Huerta Francisco y Ricardo Pacheco. *Crónica del periodismo civil. La voz del ciudadano*. México, Grijalbo, 1997. p. 15.

musicales e informativos en el plano económico, político, social y educativo. Es una estación que toma en cuenta de manera importante la pluralidad cultural de la población.

Por otro lado, el año de 1974 significó mucho para *Radio Programas de México* (ahora Grupo Radio Centro) con el surgimiento de *Monitor*, conocido noticiario en la zona metropolitana de la ciudad de México, el cual "tiene conciencia de que servir a su auditorio es informar sin deformar la información, es escuchar al público para aprender. Es investigar y reportar y también reflexionar y cuestionar si es necesario"⁶⁹, y en la actualidad sigue siendo conducido por José Gutiérrez Vivó.

Si bien, lo anterior destaca parte de la visión optimista del noticiario, desde una perspectiva realista, podemos considerar que el programa radiofónico bien pudiera transmitir información manipulada o incompleta, influida por tendencias políticas, lo que puede hacer válidas las críticas.

En 1979, se fundaron nuevas estaciones con fines sociales: *las emisoras indígenas*, del Instituto Nacional Indigenista (INI), creadas el 4 de diciembre de 1948, durante el gobierno de Miguel Alemán. Sus contenidos incluyen: talleres de lengua, agropecuarios, de salud indígena, noticiarios, información regional, temáticas legales, música, etc., todo de acuerdo con sus necesidades. La primera experiencia fue en Tlapa de Comonfort, Guerrero, con la XEZV, *La Voz de la Montaña* que más adelante influyó para que se expandieran programas indigenistas en otros estados.

Siguiendo con la cronología, durante el sexenio de Miguel de la Madrid, el 25 de marzo de 1983 aparece otro grupo radiodifusor: el Instituto Mexicano de la Radio (IMER). Surgieron el Instituto Mexicano de la Televisión (IMEVISION) y del Cine (IMCINE). El IMER revolucionó la radio comercial, pues transmite contenidos diversos. La programación se distribuye en cultura 48%, entretenimiento 20%, orientación 13%, información 12%, educación 5%, y deportes 2%.⁷⁰

En los ochentas el crecimiento de la radiodifusión es acelerado. Al respecto, Romeo Figueroa señala:

⁶⁹ Figueroa, Romeo, *op. cit.*, p. 49.

⁷⁰ Cfr. Romo Gil, Cristina, *op. cit.*, p. 133-139.

Los esfuerzos arrojan frutos y para 1982 operan en el país 184 emisoras, mismas que se incrementa a 208 a fines de la década y llegan a sumar 237 a mediados de 1992; todo ello sin considerar más de 200 emisoras que se concesionan en el curso de 1992 y 1993. Para tener una idea de lo anterior, basta señalar que del 2 al 4 de junio se publicaron 23 convocatorias y el 2 de julio del mismo año, el Diario Oficial de la Federación publicó 27 convocatorias para emisoras de FM susceptibles de ser establecidas en el territorio nacional. El número de estaciones de frecuencia modulada es posible precisarlo con exactitud gracias a la información que [...] brindó la CIRT y está actualizada a octubre de 1994; no obstante, muchas emisoras aún se encuentran en etapa de instalación, debe tomarse en consideración que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes permite 180 días prorrogables para que los nuevos concesionarios instalen las nuevas frecuencias.⁷¹

El *Grupo Radiópolis*, hoy *Televisa Radio*, uno de los más potentes en tecnología, y con cobertura nacional e internacional, a partir de 1992, empezó a utilizar las comunicaciones satelitales y por fibra óptica, que suplió a la vía telefónica, y así se logró la interconexión mundial. Otro suceso fue cuando en 1997, *Televisa Radio* creó el primer *Museo de la Radio* del país, lo que puede servir de gran referencia histórica, tecnológica y artística. En seguida se presentan las emisoras que comprende el grupo y después el total de emisoras y grupos radiofónicos en 1998, en el D.F.

ENTIDAD	ESTACIONES DEL GRUPO TELEVISIA RADIO.
Distrito Federal	XEW AM, <i>Cadena W Siempre Contigo</i> ; XEQ AM, <i>Cadena Q La Radio Viva</i> ; XEX AM <i>Ke Buena</i> ; XEW FM, <i>W Radical</i> ; XEQ FM; y XEX FM, <i>Vox 101.7</i>
Guadalajara, Jalisco	XEWK AM, XEBA AM, XEHL AM, XEZZ AM, XEBA FM, XELT AM y XEHL FM.
San Luis Potosí	XEWA AM.
Veracruz	XEWB AM.
Mexicali, Baja California	XHMOE FM.

⁷¹ Ver Instructivo de trámites en materia de radiodifusión, 4 de enero de 1984. Dirección General de Concesiones y Permisos de Telecomunicaciones, Dirección de Normas de Radiodifusión, SCT. Citado por Romeo Figueroa, *op. cit.*, p. 56.

ESTACIONES DE AMPLITUD MODULADA

SIGLAS	FREC.	GRUPO	NOMBRE	FORMATO
XEOC	560		RADIO CHAPULTEPEC	MUS. CATALOGO
XEPH	590	NRM	LA SABROSITA	TROPICAL
XENK	620	RASA	RADIO 620	MUS. CATALOGO
XEDTL	660	IMER	LA CANDELA	TROPICAL
XEN	690	RSM/CMR	ONDAS DEL LAGO	HABLADA
XEMP	710	IMER	LA MEXICANA	MUS. MEXICANA
XEX	730	RADIOPOLIS	LA X DE MEXICO	MUS. VARIADA
XEABC	760	MEXICO RA	RADIO ABC	HABLADA
XERC	790	GRC	EL FONOGRAFO	CATALOGO ESP.
XELA	830	ICR	BUENA MUSICA	INSTRUMENTAL
XEUN	860	UNAM	RADIO UNIVERSIDAD	NOT. Y PROGR. OP.
XEW	900	RADIOPOLIS	LA VOZ DE LA AM L	HABLADA
XEQ	940	RADIOPOLIS	XEW 940	HABLADA
XERF	970	ORF	RADIO FORMULA	HABLADA
XEOY	1000	NRM	RADIO MIL	MUS. ESPAÑOL
XEQR	1030	GRC	RADIO CENTRO	HABLADA
XEEP	1060	SEP	RADIO EDUCACIÓN	HABLADA
XERED	1110	GRC	RADIO RED	HABLADA
XEJP	1150	GRC	FORMATO 21	NOTICIAS
XEFR	1180	ACIR	OXIDO RADIO	MUS. GENEROS VAR.
XEB	1220	IMER	LA B GRANDE	MIXTO
XEL	1260	ACIR	GRUPO ACIR	HABLADA
XEDA	1290	RADIO S.A.	RADIO 13	HABLADA
XECMQ	1320	GRC	RADIO VARIEDADES	GRUPERA
XEQK	1350	IMER	LA HORA EXACTA	CADA MINUTO
XEECO	1380	RADIORAMA	ROMANTICA 1380	TROPICAL
XEBS	1410	NRM	RADIO SINFONOLA	RANCHERA
XEEST	1440	GRUPO 7	CAMBIO 1440	GRUPOS ESP
XEAI	1470	ORF	RADIO AI	MUS. GENEROS VAR.
XEDF	1500	ORF	FORMULA	HAB. Y TROPICAL
XEUR	1530	RADIORAMA	LA PODEROSA 1530	MIXTO
XEFAJ	1560	GRC	RADIO CONSENTIDA	RANCHERA
XEVOZ	1590	ACIR	BONITA	BALADAS

ESTACIONES DE FRECUENCIA MODULADA⁷²

SIGLAS	FREC.	GRUPO	NOMBRE	FORMATO
XHRED	88.1	GRC	RADIO RED FM	INGLES CATALOGO
XHM	88.9	MVS	AZUL 89	INGLES CATALOGO
XEOY	89.7	NRM	MORENA FM	MEXICANA CAT.
XEDA	90.5	ACIR	PULSAR FM	POP ESPAÑOL
XHRCA	91.3	GRC	ALFA RADIO	POP INGLES
XHFO	92.1	GRC	LA "Z"	GRUPERA
XEQ	92.9	RADIOPOLIS	LA KEBUENA	GRUPERA
XEJP	93.7	GRC	ESTEREO JOYA	ESPAÑOL CATAL.
XHIME	94.5	IMER	OPUS 94	MIXTA
XHSH	95.3	ACIR	INOLVIDABLE	CATALOGO ESP.
XHUN	96.1	UNAM	RADIO UNAM FM	MIXTA
XEW	96.9	RADIOPOLIS	W FM	POP INGLES
XERC	97.7	GRC	ESTEREO 97.7	POP ESPAÑOL
XHDL	98.5	MVS	RADIOACTIVO	POP INGLES
XHPOP	99.3	ACIR	DIGITAL 99	POP INGLES
XHMM	100.1	NRM	ESTEREOCIEN	NOT. E INGLES
XHSON	100.9	NRM	CODIGO 100.9	POP MIXTO
XEX	101.7	RADIOPOLIS	VOX FM	POP ESPAÑOL
XHMVS	102.5	FMM	ESTEREOREY	NOT. E INGLES
XERPMM	103.3	ORF	RADIO FORMULA FM	NOSTALGIA
XEDF	104.1	ORF	RADIO UNO	GRUPERA
XHMRD	104.9	FMM	FM GLOBO	CAT. ESPAÑOL
XHOF	105.7	IMER	ORBITA 105.7	ROCK ING. Y ESP.
XHDFM	106.5	ACIR	MIX FM	POP INGLES
XEQR	107.3	GRC	UNIVERSAL ESTEREO	INGLES CATALOGO

Los principales grupos de radiodifusión para este entonces, fueron: Grupo Radio Centro, Frecuencia Modulada Mexicana, Grupo Siete, Núcleo Radio Mil, Organización Radio Fórmula, Grupo Acir, Radiópolis, Instituto Mexicano de la Radio.

Ahora bien, actualmente en términos cuantitativos, las emisoras concesionadas y permissionadas en el Distrito Federal y el total de estaciones radiofónicas en la República, pueden apreciarse en los siguientes cuadros.⁷³

⁷² Estos dos últimos cuadros fueron tomados del primer capítulo del libro: Pérez Hernández, Mario Alberto. *Prácticas Radiofónicas. Manual del Productor*. México, Porrúa, 1998.

EMISORAS PERMISONADAS (DF)			SUBTOTAL	EMISORAS CONCESIONADAS (DF)			SUBTOTAL	TOTAL
AM	FM			AM	FM			
2	4		6	31	23		54	60
EMISORAS PERMISONADAS EN LA REPÚBLICA MEXICANA			SUBTOTAL	EMISORAS CONCESIONADAS EN LA REPÚBLICA MEXICANA			SUBTOTAL	TOTAL
AM	FM			AM	FM			
95	98		193	746	378		1124	1317

Actualmente, los grupos de radiodifusión son: ACIR, Televisa Radio (antes Sistema Radiópolis), MVS Radio, IMER, Radio S.A., Organización Radio Fórmula, Radorama, Radio Centro, Núcleo Radio Mil, Radio Raza, Grupo Siete, Radio Sistema Mexicano.⁷⁴

Así, la radio se convirtió en un medio de información, entretenimiento y consumo masivo. Sin embargo, el potencial educativo ha sido limitadamente desarrollado en comparación con el comercial, lo cual representa un reto para la educación. Finalmente, una forma para lograr la consolidación de una nueva radio con fines educativos y culturales, es contribuir activamente al fortalecimiento de las radiodifusoras educativas, particularmente las universitarias, cuya función es la transmisión de la cultura y el conocimiento que se produce en las universidades.

Desde luego, la radiodifusión en este país se ubicó en el panorama mundial, ya que tuvo un desarrollo creciente y simultáneo con el que se produjo en las demás naciones.

2.2. La radiodifusión universitaria como medio de difusión de la cultura.

La radiodifusión universitaria a *grosso modo* es la expresión de la cultura y el conocimiento científico, producido en las instituciones de nivel superior. El primer caso, y el más importante es *Radio UNAM*. Para ubicarla, es necesario partir del concepto de radiodifusión ya mencionado, del cual se desprenden dos formas de concebir la utilización de este medio: las comerciales y las no comerciales. "Las primeras requieren de una *concesión* otorgada por el gobierno federal, a través de la Dirección General de Concesiones y Permisos de Telecomunicaciones de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes; a las demás les basta un *permiso*

⁷³ Información proporcionada por la Cámara de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), el día 7 de junio del 2000.

⁷⁴ Información proporcionada por la Cámara de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), el día 7 de junio del 2000.

otorgado por la misma instancia.⁷⁵ De esto se deriva que las radiodifusoras sean legalmente reconocidas como concesionadas, las que tienen como finalidad principal el comercio de diversos artículos y servicios; y las permisionadas, cuyo fin es transmitir contenidos de carácter social y educativo a la población. Según la *Ley Federal de Radio y Televisión*, dentro de estas últimas encontramos diversos tipos de emisoras: las oficiales, culturales, escuelas radiofónicas, de experimentación.

Sin embargo, dicha Ley, además de no especificar con claridad cómo se entiende a las radiodifusoras culturales y las educativas, y soslaya a las radiodifusoras universitarias, entendiendo el concepto de cultura ya mencionado.⁷⁶ Por lo tanto, debe iniciarse con carácter de urgencia una reforma de esta Ley en la que se expliquen con legitimidad los conceptos de cultura, educación, y la relación que pueden y deben establecer con los medios de comunicación masiva, y el papel que juega en ella la radiodifusión universitaria.

Para ello, es necesario tener en cuenta que en las instituciones universitarias se llevan a cabo actividades académicas que se desarrollan en tres ámbitos: la docencia, la investigación, la difusión cultural y extensión universitaria, en la que se inscriben las labores de radiodifusión universitaria. Sobre esto, Cristina Romo dice:

En términos generales, la existencia de las radiodifusoras universitarias responde explícitamente a la tercera función de la universidad que es la extensión académica y difusión cultural. La universidad como creadora de conocimientos y cultura busca los medios adecuados para que ese saber y esa expresión trasciendan al espacio universitario y colaboren en la transformación de la realidad.⁷⁷

La función de difusión cultural y extensión universitaria, consiste en transmitir los continuos avances en materia de investigación, las recientes innovaciones en el terreno humanístico y tecnológico; además de debates, análisis, reflexiones y propuestas acerca del contexto.

Dicha línea de trabajo académico es imprescindible para lograr el avance de la Institución. Ahora bien, la investigadora Ana María Peppino Barale, afirma que las radiodifusoras universitarias "pertenecen propiamente dicho a la radiodifusión educativa porque tienen como objetivo inicial propiciar educación previa

⁷⁵ Romo Gil, Cristina, *op cit.*, p. 7.

⁷⁶ *Vid Supra*, p. 5.

⁷⁷ Romo Cristina, *op. cit.*, p. 28.

determinación de un núcleo específicamente escogido de conocimientos teóricos o prácticos, para ser transmitidos sistemáticamente según un plan previamente delimitado.⁷⁸ Además, Cristina Romo señala su opinión: "Por su propia naturaleza y atendiendo a los fines universitarios, las radios de las instituciones de educación superior deben combinar la emisión de programas culturales, educativos, informativos y de análisis."⁷⁹ Ambas posturas se complementan.

De lo anterior, podemos decir que la radiodifusión universitaria es un medio de expresión para la difusión de la educación y la cultura. Su finalidad es difundir hasta los sectores sociales más desprotegidos, los avances científicos de vanguardia, y los contenidos relativos a "la educación, la cultura, el entretenimiento creativo, la participación social, la información significativa, el interés nacional"⁸⁰; y como resultado, ello contribuirá a "desafiar a los grupos populares para que perciban, en términos críticos, la violencia y la profunda injusticia que caracterizan [en varias ocasiones] su situación concreta."⁸¹ Sólo así, es factible promover una mentalidad crítica, reflexiva, y propositiva, para transformar activamente el entorno.

El proceso de comunicación como retroalimentación entre las emisiones de la radiodifusión universitaria y el público no es vertical sino bidireccional, pues los receptores pueden sostener una comunicación con los emisores a través de participar en encuestas, llamadas telefónicas, correos postales y electrónicos. En gran parte de los casos, principalmente en las radiodifusoras educativas y las universitarias, los contenidos que se lanzan al aire son temas de interés para la opinión pública.

Este tipo de radio surge de las inquietudes y necesidades concretas de la población académica. "Como proyecto cultural, la radio universitaria surgió ligada a la difusión. Se le concibió como un vehículo para extender los beneficios del saber a núcleos amplios de población que no tienen acceso a las aulas."⁸²

Ello significa que tanto profesores, investigadores y alumnos, tras un riguroso proceso de investigación, tienen el derecho de expresar sus ideas, reflexiones,

⁷⁸ Peppino Barale, Ana María. *Radiodifusión educativa*. México, Gernika, 1991. p. 75.

⁷⁹ Romo Gil, Cristina, *op. cit.*, p. 29.

⁸⁰ Romo Cristina, *op. cit.*, p. 166.

⁸¹ Freire Paulo. *Pedagogía de la autonomía*. México, Siglo XXI, 1997. p. 77.

⁸² Toussaint Florence. "La radiodifusión universitaria nacional: 50 años de persistencia." En: Rebeil Corella María Antonieta, et al. *Perfiles del cuadrante. Experiencias de la radio*. México, Trillas, 1991. p. 81 y 82.

críticas, análisis, y propuestas para interpretar con mayor claridad y profundidad la diversidad de temas y el contexto. Además, es un medio para que apliquen lo que aprenden en la Universidad, y puede servir "como una herramienta educativa que pueda ser empleada por el maestro en el salón de clases, bien como material didáctico, como fuente de información o como medio de expresión."⁸³

Las actividades de radiodifusión universitaria pertenecen al rubro de la educación no formal, la que abarca todo tipo de programas pedagógicos que tienen como objetivo generar diversos aprendizajes. El pedagogo Jaime Sarramona opina:

La relación mass-media-educación es, desde luego, compleja y versátil. Los medios pueden ser vehículos y, a la vez, contenidos de la educación; pueden desarrollar funciones mesológicas en la escuela y en la enseñanza a distancia, y paralelamente generar efectos de educación en la familia y en otros contextos informales; sirven para la transmisión de conocimientos, así como para la persuasión, la conformación de actitudes o la adquisición de valores o contravalores).⁸⁴

Este tipo de enseñanza advierte la necesidad de contribuir al enriquecimiento educativo y cultural de la colectividad, a través de programas que atiendan el interés nacional e incluso de impartir clases, cursos académicos y talleres, vía radio o televisión. Por ejemplo, Radio Universidad ha transmitido programaciones en las que se imparten materias para enseñar diversos contenidos, incluso idiomas.

La educación informal es un proceso en el que los sujetos están expuestos a una multiplicidad de circunstancias que propician numerosos aprendizajes, derivados de la vida cotidiana. El contexto social, o sea, las relaciones y actividades familiares, recreativas, con lo amigos, compañeros de trabajo, los medios de información, y en general lo que acontece en nuestro alrededor son siempre ocasiones para aprender. Desde esta perspectiva, la profesora investigadora Nohemy García dice:

Como resulta evidente, numerosos estudiosos del tema coinciden en describir a la educación informal [...] como un proceso de aprendizaje que se da a lo largo de toda la vida, a partir básicamente de experiencias cotidianas y como resultado del contacto del individuo con su entorno social. En los tiempos actuales, y debido a la multiplicidad de medios de comunicación que conforman el entorno cultural de ciudadano medio, esta modalidad de educación informal es la que más expectativas pedagógicas despierta en la sociedad [...].⁸⁵

⁸³ Torres Sara y Nohemy García Duarte. "La experiencia radiofónica de la UPN (segunda y última parte)." *Gaceta UPN*, vol. V, núm. 14, septiembre 15, 1998. p. 12.

⁸⁴ Sarramona, Jaime. *Educación y comunicación*. Barcelona, CEAC, 1988. p. 138.

⁸⁵ García Duarte, Nohemy. *Educación mediática. El potencial pedagógico de las nuevas tecnologías de la comunicación*. México, UPN-Porrúa, 2000. p. 15.

En este sentido, estas emisiones radiales significan nuevas oportunidades y medios didácticos para suscitar en la población una mejor comprensión acerca de las diversas situaciones del entorno. Ahora bien, la radiodifusión que nos ocupa posee evidentes características, de las cuales Ana María Peppino nos habla:

- Elimina distancias y llega a comunidades inaccesibles, aisladas y remotas.
- Amplía las oportunidades educativas de la población, no sólo por multiplicar el número de "aulas" disponibles sino también por apoyar y favorecer el trabajo de los maestros, alfabetizadores e instructores, sobre todo en aquellas regiones o países con poco personal con el adecuado nivel de escolaridad y capacidad.
- Multiplica y acelera el factor tiempo en el proceso de aprendizaje.
- Aporta continuidad al proceso educativo, mediante su acción diaria e ininterrumpida.
- Facilita al auditorio su utilización, por la simplicidad de su manejo y bajo costo.⁸⁶

Así, la instrumentación de las radiodifusoras universitarias cobra importancia en la medida en que sus mensajes pueden llegar a sectores lejanos, y por ello se convierte en potencial transmisor de contenidos, culturales, científicos. De esta manera, el beneficio que recibe la sociedad es la recepción de programas del interés nacional, lo que le proporcionará elementos críticos y reflexivos para interpretar con mayor amplitud y profundidad su entorno y así transformarlo creativa y activamente.

Por otro lado, se hace necesario diferenciar lo que es la radiodifusión comercial y la radiodifusión universitaria. La primera, como ya se señaló, emite música grabada y anuncios comerciales que incitan al consumo progresivo e irreflexivo. En cambio, la segunda transmite el conocimiento producido en las universidades, la cultura, y diversas opiniones acerca de los acontecimientos de interés social y nacional.

Con un medio masivo de tan alta penetración en los hogares, tanto urbanos como rurales, es imperdonable que sea utilizado preponderantemente con fines mercantiles que dejan al margen no sólo a los radioescuchas sino también a los que laboran, con bajísimos salarios, en las estaciones de radio. No es posible que un bien de la nación sea manejado para beneficio de unos pocos. Es responsabilidad de todos, particulares e instituciones, luchar por que las ondas hertzianas respondan a las necesidades de la población.⁸⁷

La radio comercial se rige por las dinámicas del mercado, por los intereses mercantilistas que sólo benefician a unos cuantos; en contraste, la radiodifusión

⁸⁶ Peppino Barale Ana María. *Radiodifusión Educativa*. México, Gernika, 1991. p. 80 y 81.

⁸⁷ Peppino Barale, Ana María. "La radio permissionada: ¿para qué?". En: Peppino Barale, Ana María (coord). *La radio permissionada en México: el caso de Hidalgo*. México, Fundación Friedrich Ebert, 1990. p. 15.

universitaria es democrática pues sus contenidos abordan aspectos de interés social, lo cual suscita el pensamiento crítico, analítico, reflexivo y propositivo.

Por lo tanto, las series radiofónicas educativas producidas en las universidades estimulan la retroalimentación en el público, despiertan inquietudes; pero ante todo debe ser un medio que "propicie la discusión abierta de los problemas locales, regionales, nacionales, e internacionales [...]; auxilie las tareas educativas; estimule las expresiones artísticas y culturales locales, y esté abierta para apoyar el devenir cotidiano de la sociedad."⁸⁸

Asimismo, es el medio que permite el ejercicio de imaginar, de comprender y analizar con amplitud y profundidad el entorno, de innovar formas de pensamiento y acción. "En el caso concreto de la radio, en virtud de su particular naturaleza tecnológica, los elementos expresivos que pueden ser utilizados son exclusivamente de carácter auditivo."⁸⁹ Lo positivo de esto es que cuando escuchamos ideas, palabras, nuestra capacidad de reflexionar y abstraer diversos tópicos puede desarrollarse potencialmente.

2.3. La primera experiencia: el caso de Radio UNAM.

De nueva cuenta, la educación se hace presente en los medios de información, su antecedente fue *Radio Educación*, la cual también colaboraba con la difusión del saber y la cultura. Con el surgimiento de *Radio Universidad Nacional*, cuyas siglas son XEXX, que inició sus labores el 14 de junio de 1937, durante el periodo cardenista, se consolidó la primera experiencia de este tipo, con larga trayectoria histórica (más de sesenta años), y la más importante de México.

Igualmente digno de destacar, es que unos años después se consolidó la radiodifusión de la Universidad Veracruzana: la segunda en la historia de este ámbito. Al respecto, Florence Toussaint afirma: A mediados de la década de los 40's, la Universidad Veracruzana con las siglas XERUV creó su propia radiodifusora, la cual se convirtió en una de las emisoras más destacadas. Su

⁸⁸ Romo Gil, Cristina, *op cit.*, p. 168 y 169.

⁸⁹ Romo Gil, Cristina. *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*. México, Diana, 1987. p. 49.

programación se caracterizaba por servir al ámbito rural. De hecho, se produjeron *Revista Campesina* y los programas *Tumbando caña: La hora del cañero* y *La ciencia agrícola*. Uno de los géneros que se utilizaron fue el radioteatro, lo cual demostró éxito. Cabe destacar que durante los sesentas esta emisora contó con la participación de escritores y artistas mexicanos como Eraclio Zepeda, Carlos Olmos y Vicente Melo.⁹⁰

Mientras, empieza a formarse la fonoteca de *Radio UNAM* con el programa *Una Antología Caprichosa, Poetas del Siglo XX*, producido por Octavio Paz y el poeta francés Pierre Comte. Para estos tiempos, *Radio UNAM* era la vanguardia para todas las radiodifusoras universitarias, y cada vez adquiría mayor prestigio. En este sentido, Fernando Chamizo, actual Subdirector de Planeación de Radio UNAM recuerda que: Hay algo que todo mundo llama la época de oro, en *Radio UNAM* estamos hablando de 1959 a 1966; primero con un director llamado Pedro Rojas y posteriormente con Max Aub, al que se le toma como el principal impulsor de *Radio UNAM*. Sin duda lo fue, porque tuvo dos grandes aciertos: uno, defender la crítica; dos, tuvo el enorme acierto de “hacerse” de gente joven, como Elena Poniatowska, Carlos Monsiváis, José Emilio Pacheco. De hecho esta radio no tiene del todo una buena memoria.⁹¹

Carlos Monsiváis protagonizaba la serie llamada *El Cine y la Crítica*, programa de humor, de crítica al régimen. En aquél entonces, *Radio UNAM* no se ubicaba en Adolfo Prieto, sino en C.U. Al llegar 1961, *Radio Universidad* transmitía música clásica y folklórica de México y Latinoamérica; además, series de corte pedagógico y cultural. Igualmente, se lanzan al aire boletines de información acerca de la vida universitaria, como reglamentación de inscripciones, ciclos de conferencias, exposiciones, representaciones del teatro estudiantil, novedades literarias.

Otra de las actividades que se llevaban a cabo fue la edición de discos, como la serie *Voz Viva de México*, que constituyó un medio para perpetuar la voz de intelectuales y artistas de ese tiempo.⁹² 1963 fue el año en el cual, además de la

⁹⁰ Toussaint Florence. “La radiodifusión universitaria nacional: 50 años de persistencia.” En: Rebeil Corella María Antonieta. *Perfiles del cuadrante. Experiencias de la radio*. México, Trillas, 1991., p. 83.

⁹¹ Fragmentos de una entrevista realizada a Fernando Chamizo, Subdirector de Planeación de Radio UNAM, el día 30 de noviembre del 2000, en su oficina en la Col. del Valle.

⁹² Cfr. UNAM. *Anuario General UNAM (1962)*. México, UNAM, 1962. p. 292 y 293.

programación del anterior, se impulsaron series sobre literatura, actualidad política desde el punto de vista teórico, programas de poesía literaria crítica, y diariamente el programa *Jazz en la Cultura*. Asimismo, se publicaron los discos de: Bernal Díaz del Castillo, Sor Juana Inés de la Cruz, Octavio Paz, Poesía Náhuatl, Justo Sierra, Fernando Benítez y Salvador Díaz Mirón.⁹³

La década de los sesentas significó el auge de las labores académicas de la emisora; las actividades radiofónicas con sentido educativo y cultural se distinguieron por su calidad y relevancia para la comunidad universitaria y el público. Más explícitamente, la experta en radiodifusión, Florence Toussaint, menciona:

En el desarrollo de un estilo, las emisoras universitarias tienen propuestas interesantes. Quizá la mejor de ellas sea protagonizada por la Universidad Autónoma de México. En una época de su historia, entre 1960 y 1973, no sólo constituyó la vanguardia de las universitarias, sino que se convirtió en la más avanzada de toda la radio cultural. Cuando Max Aub fue director (1960), se inició la grabación de radioteatros. Éstos se alejaron de la tradicional radionovela para abrir cauce, por medio de un género muy popular, al teatro y a la literatura nacional y universal, creando un género al que podríamos denominar radionovela cultural o no comercial. También se llevaron a cabo experimentos como "Cine Sonora" de Carlos Illescas, por medio del cual se contaban historias utilizando únicamente sonidos mezclados a partir del uso de los recursos técnicos de la radio.⁹⁴

Para 1976 sale de Ciudad Universitaria, y el rector Guillermo Soberón inaugura las nuevas instalaciones ubicadas en la calle de Adolfo Prieto 133, Col. del Valle, con oficinas administrativas, locales especiales para la Fonoteca y la Discoteca, cuatro estudios de grabación y el sistema de transmisión en Frecuencia Modulada estereofónica con 50 000 watts de potencia. Se prevé el desarrollo de servicios culturales a través de un auditorio y una audioteca públicos. Cabe agregar que, el destacado intelectual, Miguel Ángel Granados Chapa, complementa diciendo:

Radio Universidad de México ganó rango administrativo y jurídico y se convirtió en Radio UNAM; ya no depende de la Dirección General de Difusión Cultural, sino adscrita a la Coordinación de Difusión Universitaria. En diciembre fue inaugurada allí la audioteca "Augusto Navarro" compuesta por más de 24 mil piezas, entre cintas, discos y casetes recopilados durante los 41 años de vida de la emisora, y destinada al uso del público en general.⁹⁵

Así pues, vemos que la radio es un medio de gran cobertura y puede ser concebido como potencial elemento al servicio de la educación y la cultura. Dada su

⁹³ Cfr. UNAM. *Anuario General UNAM (1963)*. México, UNAM, 1962. p. 236 y 237.

⁹⁴ Toussaint Florence, *op cit.*, p. 83.

⁹⁵ Granados Chapa Miguel Ángel. *Examen de la comunicación en México*. México, El Caballito, 1981. p. 90.

característica sonora es cómodo escucharlo por la calle, al lavar el carro, en el transporte, en la oficina, etcétera; además de que se le puede utilizar como un medio didáctico en la enseñanza-aprendizaje en el aula, medio de expresión, lo principal.

Además, cabe destacar que en la tesis de Daria Moncada Ibar, se expone lo siguiente: "Radio Universidad es expresión de la alta cultura [...] y la misión de la Universidad es difundir esa cultura, afirma Abelardo Villegas, quien fue director de la emisora de 1977 a 1978. Otro de sus directores, Raúl Cosío, ha dicho que el papel de Radio Universidad es la cultura, es el cerebro que el pueblo mexicano necesita."⁹⁶

En 1985, se vislumbraban cada vez más experiencias en los estados de la República Mexicana. Con estas actividades, las universidades enriquecían constantemente la función de difusión cultural y extensión universitaria. En el siguiente cuadro se muestran las emisoras universitarias existentes en este año.⁹⁷

FRECUENCIA MODULADA					
<i>Universidad</i>	<i>Fundación</i>	<i>Ciudad</i>	<i>Siglas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Potencia</i>
Autónoma de Baja California	1976	Mexicali	XHBA	104.1 MHz	10 000 W
Guadalajara	1974	Guadalajara	XHUG	40.3 MHz	10 000 W
Autónoma de México	1961	Distrito Federal	XHUN	96.1 MHz	5 000 W
Autónoma de Querétaro	1979	Querétaro	XHUAQ	89.5 MHz	1 500 W

AMPLITUD MODULADA					
<i>Universidad</i>	<i>Fundación</i>	<i>Ciudad</i>	<i>Siglas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Potencia</i>
Autónoma de Aguascalientes	1977	Aguascalientes	XEUAA	1 370 kHz	850 W
Durango	1976	Durango	XEHD	1 270 kHz	500 W
Guanajuato	1954	Guanajuato	XEUG	970 kHz	500 W
Autónoma de México	1937	Distrito Federal	XEUN	860 kHz	20 000 W
Michoacana	1976	Morelos	XESV	1 370 kHz	500 W
Oaxaca	1964	Oaxaca	XEUBJ	1 400 kHz	500 W
San Luis Potosí	1938	Culiacán	XEUAS	1 330 kHz	5 000 W
Sonora	1965	Hermosillo	XEUS	850 kHz	1 000 W
Autónoma de Sinaloa	1973	Culiacán	XEUAS	1 330 kHz	5 000 W
Veracruz	1943	Jalapa	XERUV	1 550 kHz	10 000 W
Yucatán	1966	Mérida	XERUY	1 390 kHz	10 000 W

⁹⁶ Moncada Ibar Daria. *Radio Universidad: testimonios*. Tesis, México, PCP y S-UNAM, 1983. p. 161.

⁹⁷ Los cuadros que se presentan fueron tomados de: Toussaint Florence. "La radiodifusión universitaria nacional: 50 años de persistencia." En: Rebeil Corella María Antonieta. *Perfiles del cuadrante. Experiencias de la radio*. México, Trillas, 1991. p. 81.

Las nuevas tecnologías se hacen presentes, y en 1996 se instaló una antena de recepción vía satélite, captando señales desde Francia, Inglaterra y Holanda. En 1997, *Radio UNAM* ingresa en sintonía a Internet. Un año después se continuaron realizando series educativas, como: *Un espacio para la ciencia*, transmitida por *Radio Educación*; *En la ciencia*, transmitida por *Radio UNAM*; *Cosas de científicos ... cosas de todos*, serie semanal, que lanzó al aire *Radio Educación*.⁹⁸

Actualmente, *Radio UNAM* transmite a la semana un poco más de 80 programas, entre los que se destacan contenidos de música, de análisis político, de literatura, de economía, indígenas, infantiles. Los objetivos generales de esta emisora, 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 universitario;
- Investigar nuevos métodos de producción radiofónica y, a través de éstos experimentar formas diversas de expresión y difusión didáctica y cultural.⁹⁹

Cabe señalar que hay académicos a los que les pertenece un espacio en el aire, por ejemplo: Jaime Litvak, maestro emérito y editor del periódico *Humanidades* de la misma Institución, quien protagoniza el programa *Espacio Universitario*, en el cual habla sobre diversos temas culturales. Asimismo, existen colaboradores del Instituto de Investigaciones Económicas, como Rolando Cordera; y con frecuencia se invita a participar a otros.

También, el programa *Domingo 7* del intelectual de izquierda, Tomás Mojarro, aborda críticamente algunos temas, tales como: la emancipación de la clase obrera, el neoliberalismo y la globalización, la política, las crisis económicas, la deuda externa, entre otros, con el fin de despertar la conciencia social.

⁹⁸ Cfr. UNAM. *Informe UNAM (1998)*. México, UNAM, 1998. p. 487.

⁹⁹ Véase: www.serpiente.dgsca.unam.mx/radiounam/FM/

Sin embargo, *Radio UNAM*, actualmente adscrita a la Coordinación de Difusión Cultural de la UNAM, enfrenta obstáculos, como la limitación presupuestal, las estructuras sindicales, limitados recursos humanos, desconocimiento del perfil de la audiencia, negligencia laboral en algunos casos.¹⁰⁰

2.4. La radiodifusión en la UPN: su función educativa.

Durante el sexenio del presidente José López Portillo, en 1978, por Decreto Presidencial, fue creada la Universidad Pedagógica Nacional con carácter de organismo desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública, con el fin de "ofrecer a los profesores de Educación Preescolar y Primaria en servicio la nivelación al grado de Licenciatura, como una respuesta a las demandas de superación profesional del magisterio nacional y formar profesionales de la educación."¹⁰¹

Actualmente, nuestra Casa de Estudios se plantea nuevos retos, los principales son: trabajar con mayor firmeza en la formación de sujetos que desarrollen un pensamiento crítico, analítico, reflexivo y propositivo sobre la situación económica, política, social y educativa del país; así como contribuir activamente en el fortalecimiento de la educación en México, para "prestar, desarrollar, y orientar los servicios educativos de tipo superior encaminados a la formación de profesionales de la educación de acuerdo con las necesidades educativas de la sociedad mexicana."¹⁰²

Desde un principio, las funciones de la Institución han sido claramente definidas: la docencia, la investigación, y la difusión y extensión universitaria. En este escrito se hará alusión única y específicamente a la última, en la que se inscriben las actividades de radiodifusión universitaria. Tomando como base el Proyecto Académico de la Institución (1985), se dice:

La difusión cultural y extensión universitaria constituyen una función académica propia de toda universidad, función entendida como un proceso de comunicación del quehacer universitario que permite el establecimiento de un diálogo permanente y enriquecedor con la sociedad. Este diálogo se expresa en un proceso de interacción mediante el cual la universidad lleva a la sociedad sus experiencias y conocimientos, y a la vez los trans-

¹⁰⁰ *Ibidem*, p. 37 y 38.

¹⁰¹ Véase: www.upn.mx

¹⁰² *Ibidem*.

forma y valoriza con las inquietudes educativas y con las expresiones culturales de la comunidad.¹⁰³

Esta función se lleva a cabo mediante la implementación de diversas actividades dirigidas a la comunidad universitaria, al magisterio y a la sociedad. Siguiendo al documento institucional citado, estas actividades se incorporan en tres programas: el de medios masivos para la difusión universitaria, el de eventos culturales y el de producción editorial.

Una de las funciones principales de esta área es la actualización de profesionales. En la Universidad se ofrecen diplomados y cursos de actualización para los docentes y directivos de educación básica, formadores de docentes y otros profesionales de la educación. Ahora bien, comenzaremos con la historia de la radiodifusión en la UPN.

Dado que aún no existe una memoria publicada referente a la historia de la radiodifusión en la UPN, ha sido difícil sistematizar la información de este apartado; sin embargo, la radiodifusión de la UPN, cuyo fundamento institucional es el Proyecto Académico de la UPN de 1985 y el de 1993, surgió para vincular a la universidad con la sociedad, a través de la difusión académica y cultural.

Hace más de dos décadas que la Universidad Pedagógica Nacional lanzó por Radio Educación su primera transmisión, pues en ese entonces no se contaba con la cabina de radio. Al poco tiempo de creada esta Casa de Estudios, el sábado 17 de marzo de 1979, salió al aire la serie *Ecos de la Universidad Pedagógica Nacional*.¹⁰⁴

Justo en ese momento se escuchó la voz del locutor Eugenio Sánchez Aldana:

¿Cómo están amigos? Bienvenidos al comienzo de una serie de programas radiofónicos que transmitiremos todos los sábados y en los cuales daremos a conocer diversos aspectos de la Universidad Pedagógica Nacional.

Así inició el primer programa de nuestra casa de estudios. Un mes antes -el 27 de febrero de 1979- Moisés Jiménez Alarcón, rector de la UPN, y Miguel Ángel Granados Chapa, director de Radio Educación, formalizaron la transmisión de la serie *Ecos de la Universidad Pedagógica Nacional*, mediante la firma de un convenio. En su primera cláusula se leía:

Radio Educación producirá y transmitirá un programa semanal de 30 minutos de duración con temas de pedagogía, cuyo guión será aportado por la UPN, a un costo de \$8,000.00 por programa. Este programa será transmitido los sábados por la mañana y por la tarde, en horarios que serán establecidos de común acuerdo.¹⁰⁵

¹⁰³ UPN. *Proyecto académico UPN (1985)*. p. 8.

¹⁰⁴ Cfr. Torres Uruga, Sara y Nohemy García Duarte. "La experiencia radiofónica de la UPN (Primera de dos partes)". En: *Gaceta UPN*, núm. 13, vol. V, septiembre 2, 1998, p. 12.

¹⁰⁵ Torres Uruga, Sara y Nohemy García Duarte. "La experiencia radiofónica de la UPN (Segunda y última parte)". En: *Gaceta UPN*, núm. 14, vol. V, septiembre 15, 1998, p. 10.

Ecos de la Universidad Pedagógica Nacional fue la serie pionera en la trayectoria histórica de esta Institución. Así, los académicos involucrados en la radiodifusión dijeron: “Desde su primer programa al aire, esta serie de la radiodifusión upeniana manifestaba sus propósitos y objetivos: difundir diversos aspectos de la UPN, sus eventos, el desarrollo de sus cursos; en fin [...] que estos programas sean un vocero de todo lo que acontece en la Universidad [...]”.¹⁰⁶

De esta manera, la serie promovió la actualización de los docentes. Cabe precisar que dichas emisiones no tenían por objeto sustituir al profesor en el aula, ni impartir una clase escolar, sino fortalecer la formación del magisterio de educación básica y enriquecer culturalmente a públicos colaterales.

Los contenidos de la serie se basaron, principalmente, en la currícula de educación básica, así como en los libros de texto gratuito, y abordaron temas acerca del lenguaje, las matemáticas, la historia, la educación ambiental, la artística, la física, los derechos humanos, así como otros de interés para los maestros. Igualmente, se hacía alusión a las actividades culturales realizadas en la Universidad, se entrevistaba a diversos funcionarios universitarios, se comentaban libros y se convocaba a la participación, tanto de la comunidad universitaria, como del público en general.

En la Gaceta de la UPN aparecida el 2 de septiembre de 1998, los guionistas de este programa rememorando comentan:

Durante este periodo, recordamos la participación de nuestros compañeros guionistas Mázatl Avendaño, Carlos González Padilla, Sara Torres Uruga, Arturo Domínguez y Misael Habana, entre otros, así como Adriana Constable, Guillermo Lagarda y Alejandro Ortiz Padilla, productores de Radio Educación. También llegan a nuestra mente los nombres de las primeras voces: Eugenio Sánchez Aldana, Carlota Villagrán y Maritza Escudero.¹⁰⁷

Desafortunadamente, esta serie pionera habiendo transitado por limitaciones presupuestales, cambios en los puestos directivos de la Institución, y por otras situaciones, dejó de salir del aire, como las que le sucedieron. *Ecos* creó una tradición radiofónica que hasta ahora se recuerda con orgullo. Para 1985, la Universidad recibe una bolsa financiera por parte del Programa del Proyecto Estratégico de la SEP que apoyó planes de difusión y extensión universitaria,

¹⁰⁶ Torres Uruga, Sara y Nohemy García Duarte. “La experiencia radiofónica de la UPN (Primera de dos partes)”. En: *Gaceta UPN*, núm. 13, vol. V, septiembre 2, 1998, p. 12.

¹⁰⁷ *Idem*.

concretamente de radio, hecho que creó las condiciones para lograr la consolidación de las siguientes series:

Campaña Multimedia, que inició con la producción de promocionales de 30 segs. de duración acerca de las labores académicas y culturales de las unidades UPN; y con cápsulas de divulgación de un min. sobre tres temáticas: enciclopedia radiofónica, la educación y el maestro en el tiempo, e historia, fábulas y juegos infantiles.

Proyección Educativa, serie semanal, que tuvo la estructura de una revista radiofónica, pues con su formato de una miscelánea informativa se abordaban diversos temas educativos, y se comentaban libros, foros, coloquios y los diversos eventos académicos en la UPN. Al respecto, en la Revista Pedagogía se asentó lo siguiente:

Proyección Educativa es uno de los programas semanales que integran el subproyecto de series radiofónicas dentro del Proyecto de Radiodifusión Universitaria, [...] apoyado financieramente por la Unidad Coordinadora de Proyectos Estratégicos de la SEP; es en ese [entonces] [...] cuando comienza a transmitirse por la emisora XEEP Radio Educación.¹⁰⁸

Taller de Orejas, la primera serie infantil del nivel básico, que tuvo la finalidad de estimular la percepción auditiva a partir de situaciones próximas a la experiencias, y así incorporar los principios musicales básicos. Algunas temáticas, fueron: la función de los sostenidos en la música, escalas ascendentes y descendentes, etcétera.¹⁰⁹

Ruiditos, que fue una serie destinada a los niños del nivel preescolar. Consistió en cuentos breves, para desarrollar en los menores la capacidad de concentración e identificación de los sonidos. Algunas temáticas fueron: El gallo y el sultán; Tilín tilín, el tranvía; El pirata Gregorio; la cocina de colores; y El Espantapájaros.

Además se transmitió la serie *El Acordeón al Aire*, misma que contó con la participación mayoritaria de universidades e instituciones culturales, como la Universidad Autónoma Metropolitana y el Instituto Nacional Indigenista. Algunos

¹⁰⁸ Caldera Tomás *et al.* "La radiodifusión universitaria de la Universidad Pedagógica Nacional, una propuesta de extensión académica." En: *Pedagogía, Revista de la Universidad Pedagógica Nacional*, vol. 6, núm., 18, abril-junio, 1989, p. 59.

¹⁰⁹ Información obtenida gracias a la Profra. Sara Torres Uraga.

temas que se trataron en ella fueron: el jazz, la radio indigenista y comunitaria, entre otros.

Surgió *Había un navío, vío, cargado de...*, dirigida a los padres de familia, y consistió en divulgar los avances teóricos y prácticos de las investigaciones realizadas por los académicos de nuestra Institución, con el propósito de informar sobre diversas temáticas en los campos de psicopedagogía, educación artística, contenidos de la educación básica, investigación educativa y administración de la educación.

En 1993 se instaló la cabina de radio, y a partir de allí se realizaron las primeras producciones dentro de la UPN. Por ejemplo, entre las principales se encuentra *Almanaque*, que dio cuenta de los sucesos históricos nacionales e internacionales más relevantes del siglo XX. La serie estuvo dirigida básicamente a un auditorio adulto, lo cual no fue obstáculo para que sus contenidos pudieran ser aprovechados por los alumnos de educación secundaria. Se realizó en: Canal Once, Discovery Chanel, Archivo de Gaumon, People and Art y canales 22 y 40.

Tiempo después, como continuación de *Las Aventuras del Saber*, se planea (y se encuentra aún en proyecto) *Para Duendes y Ninfas*, dirigida a maestros y alumnos de educación básica, sus contenidos se sustentan en los libros de texto y el plan de estudios de cada nivel. Algunos de los programas son: *Los duendes que contaban gotas de lluvias*, en el que se desarrolla el tema de los números, sus relaciones y operaciones; *El espíritu de las palabras*, que trata sobre la conversación; *El barrio de los oficios*, centrado en la localidad; y *Zork invade la tierra*, para informar y comparar los tamaños de la Tierra, el Sol y la Luna. Todas estas series conforman la historia de la radiodifusión de la UPN.

En sus dos décadas de experiencia radiofónica, también ha producido otros materiales sonoros que, sin ser propiamente series, han apoyado a la realización de proyectos académicos, como:

- Licenciatura en Educación (LE-94),
- Licenciatura en Enseñanza del Francés (modalidad a distancia),
- Maestría en Desarrollo Educativo (modalidad a distancia),
- Producción de promocionales y diversas cápsulas.

Actualmente, se espera la realización de convenios interinstitucionales con el Instituto Nacional Indigenista (INI), en la inteligencia de que los programas producidos en esta Casa de Estudios sean transmitidos en las emisoras adscritas al INI, que son alrededor de 20 distribuidas en toda la República Mexicana. Además, se tiene la intención de firmar nuevos convenios con Radio Mexiquense, y otro más a través del Sistema de Comunicación Social de Tlaxcala que tiene a su cargo cuatro estaciones de radio, aunado a 25 estaciones del sistema de Radio Universitaria Estatal de todo el país; en total son más de 40 radiodifusoras.¹¹⁰

Con base en lo anterior, los nuevos retos de la radio de la UPN son dos principalmente: encontrar mayores espacios de transmisión y así reforzar la imagen institucional, y de igual manera seguir renovando las actividades para continuar logrando una programación radial lúdica, creativa, interesante, cuyas aportaciones pueden ser significativas para la educación del país.

Al respecto, la académica Sara Torres Uruga, quien pertenece a la Dirección de Difusión Cultural y Extensión Universitaria de la UPN, proporcionó al autor de este trabajo un esquema compilador sobre las series que ha producido la UPN y que aparece en los anexos.

La Universidad es un espacio abierto, que valora las posibilidades pedagógicas de los medios de información, pues el avance tecnológico no sólo puede apreciarse desde la óptica comercial. Ciertamente, el estudioso Fernando Curiel afirma: "Porque toda emisión hertziana es, debería ser, una obra de ingenio compuesta, estructurada, según sus propias partes y orden -y no las partes y orden de medios diversos, como sucede con la radio comercial mexicana [...]."¹¹¹ De hecho en el Proyecto Académico de 1993 se complementa esta idea con lo siguiente:

Los avances tecnológicos y la cobertura de los medios de comunicación social tienen una influencia notable en la formación de los individuos y sus efectos se dejan sentir tanto como los de la institución escolar. De ahí que la educación, en sentido amplio, incluya los efectos de ambos procesos de formación, en donde se pueden presentar contradicciones entre los valores, las actitudes, las prácticas y los aprendizajes que impulsa la escuela, y aquellos que se caracterizan al uso de los medios de comunicación social.¹¹²

¹¹⁰ Información proporcionada por el profr. Francisco González, académico relacionado con las funciones de radiodifusión universitaria de la UPN.

¹¹¹ Curiel Fernando. *Manual de comunicación para guionistas*. México, UNAM, 1984. p. 62.

¹¹² UPN. *Proyecto Académico UPN (1993)*. p. 47.

Así, la relación entre medios de comunicación y educación se fortalece y promueve la apertura de diversas brechas de investigación. Como ya se ha señalado, estas actividades educativas y culturales que se realizan en la Universidad, se inscriben dentro de la función sustantiva mencionada.

El entorno social de los individuos de hoy, se ha enriquecido de tal manera que los centros universitarios deben repensar sus propuestas educativas y la cobertura de sus funciones sustantivas con base en los referentes que la sociedad ofrece. Y aquí es donde la tercera función sustantiva -la extensión universitaria- tiene más que aportar, pues por su natural vocación a la divulgación y el intercambio culturales, puede convertirse de una vez por todas en el nexo fundamental entre los centros universitarios, el resto del sistema educativo y la sociedad en su conjunto. Para ello, esta función extensiva deberá actualizarse imprimiéndole a sus acciones un cariz mucho más social y socializante, permitiendo así que la universidad recupere su papel vital como centro de estudio, de enriquecimiento y de conservación de la cultura.¹¹³

El programa *Ecos*, que pertenece a la Subdirección de Comunicación Audiovisual de la Dirección de Difusión y Extensión Universitaria, así como las demás series, han sido promotores de la actualización y fuente de conocimientos científicos sobre educación, también sirvieron de vínculo entre la comunidad y la universidad, atendiendo públicos diversos, no necesariamente relacionados con el sector educativo. Sobre esto, los académicos vinculados con estas actividades destacan: "Con ello, la tradición radiofónica de la institución sigue presente y, al mismo tiempo, se refuerza la imagen institucional hacia el exterior de los muros universitarios, entre los maestros en servicio, en los medios de comunicación colectivos y en el público en general."¹¹⁴

Dado que la enseñanza-aprendizaje no sólo puede entenderse como el conjunto de relaciones que se dan en el aula entre docente-discente, los medios masivos pueden ser utilizados como mecanismos de extensión del quehacer educativo; tal es el caso de la radiodifusión universitaria. Con base en lo anterior, académicos de esta Institución opinan:

[...] consideramos oportuno distinguir el trabajo radiofónico de aquellas universidades que, como la Pedagógica, carecen de radioemisoras, pero que, en sustitución de éstas, se han visto en la obligación de diseñar programas académicos donde el uso de los medios masivos de comunicación no descartan la experiencia y los alcances de la Radiodifusión Universitaria [...]¹¹⁵

¹¹³ García Duarte, Nohemy. *Educación Mediática. El potencial pedagógico de las nuevas tecnologías de la comunicación*. México, Porrúa, 2000. p. 43 y 44.

¹¹⁴ García Duarte, Nohemy y Sara Torres Uruga. "La experiencia radiofónica de la UPN (Primera de dos partes)". En *Gaceta UPN*, vol. V, núm. 13, septiembre 2, 1998. p. 12.

¹¹⁵ Caldera Tomás et al., *op cit.* p. 62.

Hasta aquí, hemos distinguido la valiosa participación del personal académico en la radiodifusión universitaria; pero no hemos abordado la intervención estudiantil. Al respecto, y de acuerdo con el Proyecto Académico de 1985, uno de los objetivos principales es la generación de actividades que amplíen el uso de la radio en el campo educativo. Sin embargo, ello no se ha cumplido del todo.

Si bien, es cierto que la UPN, a lo largo de más de 20 años, con la participación del personal académico, ha realizado actividades radiofónicas que han contribuido a la difusión cultural, de conocimientos científicos, también es cierto que hasta la fecha no existe un programa de radio realizado por y para los propios estudiantes, en el cual se aborden diversas inquietudes nacionales, debates, análisis, reflexiones sobre problemas y aspectos en el ámbito social y educativo; y de este modo contribuir a la difusión de la cultura. En este sentido, la investigadora Cristina Romo menciona:

Con honrosas excepciones algunas radios universitarias desaprovechan el talento de [...] estudiantes de las propias universidades. Aunque sea cierto que tenemos recursos raquíuticos, tenemos recursos académicos, escolares, y humanos para realizar programas de calidad.¹¹⁶

Tal situación no puede pasarse por alto. Es necesario ampliar la participación estudiantil en las actividades de radiodifusión: crear mayores medios de expresión y difusión del saber científico-social, y así contribuir activamente al desarrollo educativo de la comunidad universitaria y de la sociedad. Sin embargo, dadas las condiciones actuales, falta de financiamiento, limitado apoyo técnico, dificultad en los trámites administrativos, etc., esto no se ha podido convertir en una realidad.

El meollo del asunto es que los estudiantes, como ya se dijo, no cuentan con un espacio, vía medios, que dé salida a sus inquietudes y aprovechamiento académico. Esto no quiere decir que exista negligencia estudiantil, sino que no hay las condiciones que promuevan la apertura a la expresión radiofónica. Los estudiantes tenemos mucho que decir y compartir con la comunidad y la sociedad, que hasta el momento no ha escuchado nuestras aportaciones y conocimientos.

Además, es evidente que el contexto social transita por una crisis política, económica, de valores, de identidad nacional, etc., y las demandas incumplidas en

¹¹⁶ Romo Gil, Cristina, *op. cit.*, p. 29.

el acceso a la educación empeoran aún más la cuestión. Por ello, es "tan necesario como imprescindible contar con emisoras [y/o programas radiofónicos] que apoyen las tareas educativas, la escuela, y el acontecer social, en donde se ventilen los problemas sociales y la conciencia de los gobiernos y gobernados."¹¹⁷

Por ello, todos esos planteamientos demandan una propuesta bien conformada, que corresponde impulsar tanto a los estudiantes, como a las autoridades de la UPN.

Entonces, con la debida fundamentación teórica y empírica que se presentará, este trabajo consistirá en la elaboración de una propuesta de serie radiofónica para ser elaborada y operada por los estudiantes de la UPN, en la cual se abordarán diversos temas polémicos e interesantes en el ámbito educativo, económico, político, y de interés social, en distintas modalidades como el debate, la entrevista, el análisis y la crítica. Tal iniciativa cobra significativa importancia en la medida en que será un medio para apoyar sustantivamente la función de difusión cultural y extensión universitaria de nuestra Institución y la expresión de los estudiantes.

Con este interés se entrevistó a Fernando Chamizo, Subdirector de Planeación de *Radio UNAM*, quien opinó que la serie radiofónica que aquí se propondrá es interesante. En sus propias palabras comentó: "De hecho, hoy poner una radio de baja potencia para la comunidad, no cuesta más de mil dólares, incluyendo la antena, el transmisor y la frecuencia; o sea, es un proyecto que, sin duda, técnicamente ya es factible."¹¹⁸

Con base en todo lo anterior, considero relevante y viable el desarrollo de esta propuesta, ya que se orienta a satisfacer necesidades reales y concretas: la expresión estudiantil. Además no requiere de un financiamiento oneroso, sino de la voluntad para aprovechar al máximo, con un sentido educativo, la radio universitaria y, por supuesto, el talento de los estudiantes, al proporcionarles una oportunidad de hacer aportaciones al campo a partir de la formación académica recibida, y poniendo en juego su iniciativa y creatividad.

¹¹⁷ *Ídem.*

¹¹⁸ Información proporcionada por Fernando Chamizo, Sudirector de Radio UNAM, vía entrevista, el día 30 de noviembre del 2000.

Para concluir este apartado, cabe señalar lo siguiente. De acuerdo con el primer capítulo, es necesario reconocer el potencial comercial de los medios de comunicación masiva y sus efectos en la población, el cual se deja ver en un consumismo irreflexivo y en la manipulación ideológica de las conciencias. En contraste, el potencial de las emisoras no comerciales, o sea, las culturales ha sido y sigue siendo muy limitado en comparación con sus contrarias; tal es el caso de Radio UNAM y Radio Educación contra todo el abismo de emisoras comerciales del Distrito Federal.

El lugar que se le puede conferir a la radiodifusión con sentido comercial es siempre preponderante, ya que tanto el sector empresarial y el gubernamental alientan este tipo de actividades que obedecen al sistema económico llamado Neoliberalismo, en el cual todo es susceptible de venta, ganancia. En cambio, el papel asignado a la radio con función educativa y cultural no va más allá de realizar esfuerzos aislados y sin éxito en comparación con las contrarias.

En este sentido el panorama es desalentador, pues el afán lucrativo vía radiofónica lo único que estimula en los individuos es el deseo de comprar, tener más que ser, la vanidad y los valores superfluos que desgastan la imagen de las instituciones educativas y enaltecen la del consumismo. Mientras tanto, la radio educativa se orienta a suscitar el pensamiento crítico por medio de crear un ambiente de reflexión y análisis en el radioescucha acerca del acontecer cotidiano, lo que contribuirá a que éste transforme su situación, su realidad.

Dentro del universo de emisoras, se encuentra la radiodifusión de la Universidad Pedagógica Nacional, la cual gracias a las diversas programaciones que ha tenido, representa un intento más para coadyuvar en la formación de sujetos con una nueva mentalidad en este siglo XXI. Aunado a ello, el propósito general de esta tesina es contribuir a la formación de sujetos con un pensamiento crítico, analítico y reflexivo a través de la creación de una serie radiofónica dirigida por los propios estudiantes de la UPN. Reconociendo que aunque la contribución de esta serie fuera pequeña tomando en consideración la acción avasalladora de los medios con fines comerciales, sí puede colaborar en la formación de un nuevo modelo de sujeto.

La importancia de formar un sujeto crítico se torna emergente, puesto que en la actualidad la educación enfrenta severas crisis económicas, políticas, y sociales, y el individuo se encuentra en un estado de soledad, de desubicación intelectual, no sabe hacia donde dirigir ni a quién creer; ello hace que opte por los mensajes emanados por los medios de comunicación masiva.

Sin embargo, el sujeto no puede dejarse guiar solamente por la radiodifusión comercial, ni por sus intereses manipuladores, que solamente empobrecen constantemente su criterio e intelectualidad. Es necesario, en cambio, fortalecer la conciencia de la gente, y que asuma una postura crítica ante lo que le ofrecen los medios y la realidad, para lograr el cuestionamiento de lo establecido y superar las barreras que la realidad impone al entendimiento humano.

El hombre crítico es un ser autónomo, que forja su propio destino con base en una mentalidad definida, orientada por el dictado más honesto de su conciencia, y así se obtiene una firme convicción para actuar e interceder en la transformación de las diversas situaciones que se presenten. Sólo así, o sea, confrontando y aprendiendo de cada nueva circunstancia, puede elevarse el nivel de la calidad de vida social.

Asimismo, las necesidades básicas por las que se requiere la proliferación de estos programas se pueden entender como un rescate cultural e intelectual de las mentalidades juveniles, principalmente, las que atraviesan por un proceso de formación académica en gran parte de los casos deficiente por las problemáticas de la educación antes dichas, y así complementar el aprendizaje que se da en las aulas. Ello impulsará a los seres humanos a buscar nuevas alternativas de solución para trascender los diversos estados con que el velo de la ignorancia los atormenta.

Los medios de comunicación masiva, y en este caso la radiodifusión universitaria, deben estrechar una relación de colaboración para enriquecer educativa y culturalmente a la sociedad mexicana. Con base en lo anterior, se comienza a elaborar la propuesta.

2.5. Procedimientos a partir de los cuales se conformó la propuesta.

Como ya se dijo, esta investigación tiene un carácter tanto documental como de campo; es decir, se vinculan en ella la teoría con la práctica. El método y las técnicas empleadas, permitieron conformar la propuesta con que culminó este trabajo.

Se utilizaron las encuestas y los cuestionarios como instrumentos de la investigación de campo, pues conducen directamente a la obtención de información importante para fundamentar la propuesta. Con mayor detalle se explican los procedimientos en los siguientes párrafos.

2.5.1. Las entrevistas como instrumento de acceso a las experiencias radiofónicas en la UPN.

A la entrevista se le conoce como la conversación que se realiza entre uno o varios entrevistadores y uno o varios entrevistados. Mediante el diálogo y la pregunta se recopilan comentarios, opiniones, interpretaciones, juicios, noticias, etc. Tiene que realizarse con objetivos definidos con relación a las finalidades de la investigación.

La entrevista es un diálogo intencional orientado hacia unos objetivos. La entrevista puede cumplir diversas funciones: diagnóstica, orientadora, terapéutica e investigadora. La que nos interesa aquí es ésta última [...]

La entrevista de investigación es una conversación entre dos personas iniciada por el entrevistador con el propósito específico de obtener información relevante para una investigación. El entrevistador la enfoca sobre el contenido especificado en los objetivos de la investigación [...]¹¹⁹

Para hacer las preguntas pertinentes, ya sean espontáneas o planeadas, el entrevistador ha de conocer con anterioridad acerca del tema y averiguar, previamente, todo lo que pueda de la persona a quien va a entrevistar. Las preguntas deben ser claras, ordenadas, precisas, y entre éstas debe existir un lapso de tiempo suficiente para que el entrevistado pueda expresarse y contestar ampliamente.

Las ventajas en el uso y aplicación de la entrevista, son:

¹¹⁹ Bisquerra Rafael. *Métodos de investigación educativa. Guía Práctica*. Barcelona, ed. Ceac, 1989. p. 88 y 103.

- 1) Concede la oportunidad de precisar y aclarar las preguntas, estimulando de este modo testimonios más completos.
- 2) Ofrece la posibilidad de observar la reacción del entrevistado, con lo que pueden apreciarse actitudes, juicios y opiniones importantes con relación a las respuestas.
- 3) Se conoce el punto de vista, generalmente, de algún personaje o persona importante en la materia, por ejemplo, en radiodifusión universitaria de la UPN.

Dadas esas características, se entrevistó a docentes expertos en la materia, mismos que estuvieron a cargo de las actividades de radiodifusión en la UPN y una más del exterior, en Radio UNAM; fragmentos de éstas fueron incorporados en el desarrollo de este trabajo de acuerdo con los planteamientos referidos.

La entrevista tuvo el propósito de conocer la opinión de los profesores, y retomar algunos planteamientos de ellos que pudieran servir en la elaboración de este trabajo, lo que aporta, además, sustento para la investigación de campo.

2.5.2. La aplicación de cuestionarios para sondear la opinión de la comunidad estudiantil en relación con su participación en una serie radiofónica dentro de la UPN.

Como ya se sabe, la encuesta es un formulario redactado en forma de cuestionario, que contiene preguntas que pueden ser abiertas o cerradas, dirigidas a una cierta población. Si se quiere llegar a resultados concisos y precisos, el cuestionario debe ser claro, fácil de aplicar y entender, y de no varias preguntas.

La aplicación de cuestionarios es significativa en gran parte de las investigaciones, pues es un instrumento que permite recabar información precisa y trascendente, conocer las opiniones, inquietudes, y necesidades del público.

Algunas de las ventajas que representa la aplicación del cuestionario para la investigación, son:

- 1) Concede la oportunidad de obtener información clara y precisa.
- 2) Es un instrumento rápido y fácil de aplicar.
- 3) Se conoce el punto de vista de la población que se estudia.
- 4) Los resultados obtenidos pueden llevarse a un tratamiento cuantitativo, porcentual.

En este caso, como estudio exploratorio se aplicó a una muestra de 200 alumnos de esta institución que se consideró representativa de una población de aproximadamente 5000 alumnos universitarios. Su opinión fue de capital importancia para este trabajo, pues son ellos, precisamente, los que participarán, elaborarán y conducirán la propuesta radiofónica que se ha venido mencionando.

El muestreo fue aleatorio, o sea, los estudiantes encuestados cursan el primero...quinto...sexto... octavo semestre de las diferentes licenciaturas que ofrece la UPN.

Las encuestas fueron aplicadas con el objeto de conocer, en primer lugar, si la comunidad universitaria considera valiosa la existencia de una serie radiofónica dirigida a ella misma; cuáles son sus inquietudes, necesidades, tendencias, y gustos.

Para lograr una mayor precisión en la información recabada y en su tratamiento en cuestionarios, constituido por 10 preguntas, tiene el siguiente formato.

CUESTIONARIO

Este cuestionario es parte de la investigación para el trabajo recepcional, que en uno de sus apartados tiene el objetivo de conocer la opinión de la comunidad estudiantil de la UPN, lo cual se conseguirá a través de la aplicación de este instrumento a una muestra aleatoria.

Esperamos que contestes con toda amplitud y veracidad, colocando una X a la respuesta elegida. Gracias por el tiempo y la atención dedicada.

1.- Como profesional de la educación, ¿qué programación encuentras más acorde con el interés social y educativo del país?

A) la de la radio cultural

B) la de la radio comercial

¿Por qué?

2.- ¿Has escuchado con regularidad los programas radiofónicos cuya función es educativa y cultural?

A) Si

B) No

En caso afirmativo, ¿cuáles?

3.- ¿Sabes que la UPN realiza actividades de radio?

A) Si

B) No

4.- ¿Escuchas con regularidad la programación radiofónica de la UPN?

A) Si

B) No

En caso afirmativo, ¿qué escuchas?

5.- ¿Te agrada?

A) Si

B) No

¿Por qué?

6.- ¿Consideras necesaria la creación de una serie radiofónica estudiantil en la UPN?

A) Si

B) No

¿Por qué?

7.- Si los estudiantes participaran en las actividades de radiodifusión universitaria, ¿qué ventajas le verías?

8.- ¿Te gustaría participar en las actividades de radiodifusión universitaria?

A) Si

B) No

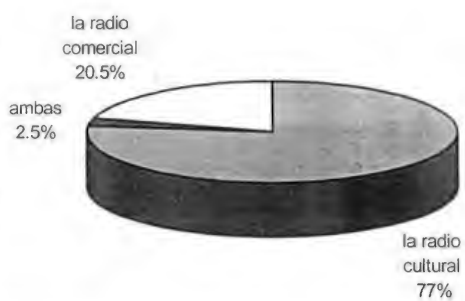
9.- Dentro de la actividad de radiodifusión universitaria, ¿en qué aspectos te gustaría participar?

- A) producción
 - B) investigación y realización de guión
 - C) locución
 - D) dirección
 - E) otros
-

10.- ¿Qué tipo de contenidos te gustaría que se incorporaran en las actividades de radiodifusión universitaria?

- A) pedagógicos
 - B) económicos
 - C) políticos
 - D) sociales
 - E) otros
-
-
-

Pregunta 1:
Como profesional de la educación, ¿qué programación encuentras más acorde con el interés social y educativo del país?

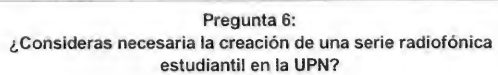
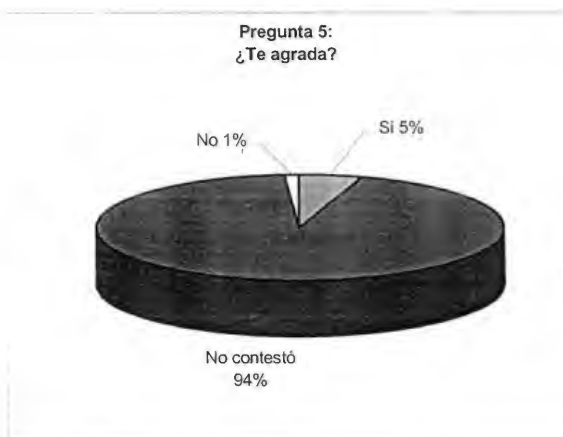


Pregunta 2:
¿Has escuchado con regularidad los programas radiofónicos cuya función es educativa y cultural?



Pregunta 3:
¿Sabes que la UPN realiza actividades de radio?





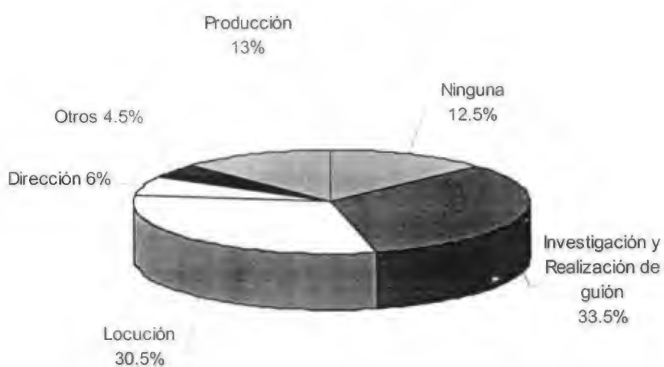
Pregunta 7:
Si los estudiantes participaran en las actividades de radiodifusión universitaria, ¿qué ventajas le verías?



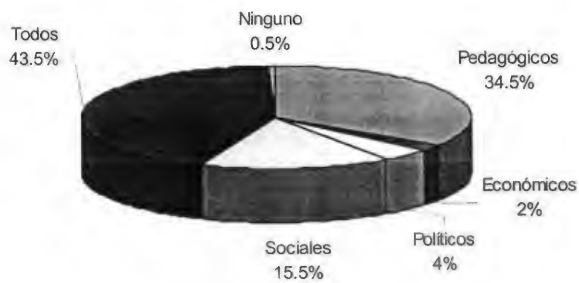
Pregunta 8:
¿Te gustaría participar en las actividades de radiodifusión universitaria?



Pregunta 9:
Dentro de la actividad de radiodifusión universitaria, ¿en qué aspectos te gustaría participar?



Pregunta 10:
¿Qué tipo de contenidos te gustaría que se incorporaran en las actividades de radiodifusión universitaria?



2.5.3. Interpretación de resultados.

El propósito de la encuesta fue conocer la opinión que el alumnado tiene sobre cada uno de los aspectos planteados en las preguntas, contrastar la información teórica expuesta con el terreno de la práctica, y así otorgar validez al trabajo en dicho ámbito. Con base en ello, se procede a interpretar las respuestas que se dieron a las preguntas elaboradas, las cuales condujeron de manera fundamental a la conformación de la propuesta, ya que los datos obtenidos justifican sobradamente el interés que en la misma tienen los estudiantes.

1. Como profesional de la educación ¿qué programación encuentras más acorde con el interés social y educativo del país?, el 77% respondió que la radio cultural, mientras que el 20.5% refirió que la comercial. Sólo el 2.5% señaló ambas.

Para quienes eligieron lo señalado en A), es necesario un rescate de la diversidad cultural, fomentar el desarrollo profesional, de las tradiciones, dar orientación colectiva, fomentar el pensamiento crítico, analítico y reflexivo, divulgar el interés científico. En este sentido se pronunciaron por desterrar el consumismo, la información superficial, vacía, enajenante que produce la radio comercial, que no es ética. En términos generales, distinguimos que existe una conciencia social sobre qué es lo benéfico para los ciudadanos.

Por su parte, quienes eligieron lo señalado en B), indicaron porque es lúdica, atractiva, creativa, va de acuerdo con el régimen económico imperante, es abierta, y la radio cultural no es de interés social ya que es aburrida su programación. Lo cual, quiere decir que existe una gran aceptación por parte del estudiantado sobre la radio cultural, sus contenidos, y lo que esto implica: el enriquecimiento educativo de la sociedad.

2. ¿Has escuchado con regularidad los programas radiofónicos cuya función es educativa y cultural?: un 52.5% dijo que no y un 47.5% que sí, por lo que podemos inferir que si bien hay una preferencia por escuchar las radiodifusiones educativas, no han existido las condiciones óptimas para que el 100% las escuche.

En caso afirmativo ¿cuáles?: Radio UPN, Radio UNAM, Radio Educación, IMER, Radio Politécnico, Radio Red, Radio Centro, Radio 13, Radio Fórmula, La Hora Nacional, Estereo Mil, Opus 94.5. Aquí cabe señalar que parte de ese público

no distingue con claridad la diferencia entre uno y otro tipo de programas, pues aparecen dichas estaciones indiscriminadamente, lo cual no deja de ser preocupante. Sin embargo, se destacaron algunas emisoras educativas -las primeras cinco-.

3. ¿Sabes que la UPN realiza actividades de radio?, la cual nos pareció imprescindible para conocer el grado de difusión de dichas labores y su aprovechamiento por los estudiantes. Aquí, el 27% contestó que sí y el 73% que no, lo que nos hace pensar que es necesario incrementar potencialmente la difusión de una actividad, como la que nos ocupa.

4. ¿Escuchas con regularidad la programación radiofónica de la UPN? Notamos que un 3% dijo que sí, y en cambio el 97% que no. Esto lo podemos interpretar como un caso similar al de la pregunta anterior, y llegar al mismo juicio, porque si bien sólo el 3% da un seguimiento a esas actividades, no se descarta que dentro de ese 97% existan personas que se interesen por escucharlas en forma frecuente.

En caso afirmativo, ¿Qué escuchas?, se señalaron temas literarios, narración de obras. Ello quiere decir que los contenidos de la series de la UPN si bien no han logrado la cobertura social esperada, sí han sido, aunque mínimamente, parte de un proceso educativo social.

5. ¿Te agrada?: el 1% dijo que no, porque es muy limitada, y tiene poca información. El 5% contestó sí, puesto que es interesante la producción académica de la UPN, es de interés social, cultural, histórico, y promueve un aprendizaje rápido. Y el 94% no contestó, con respecto a lo cual podríamos inferir que dicha respuesta puede obedecer al desconocimiento o indiferencia hacia estas actividades.

6. ¿Consideras necesaria la creación de una serie radiofónica estudiantil en la UPN?: el 98.5% indicó que sí, pues argumentaron: es necesario estar enterados de lo que acontece en la UPN, y sostener una mejor comunicación con las demás carreras profesionales que se imparten, así como fomentar la participación, la vinculación docente-discente, promocionar en el exterior a la UPN, difundir la cultura, y servir de medio de expresión estudiantil, lo cual apoya los planteamientos y fundamentos teóricos que se sustentaron en los dos capítulos anteriores. Mientras,

el 1.5% dijo que no, según porque hay temas más importantes que atender, como el plan de estudios. Ante esto último, considero que esa temática tendrá que ser abordada necesariamente como parte de los contenidos de la serie propuesta, dando así un espacio a situaciones específicas de la vida académica de esta Institución. Los resultados de esta pregunta enriquecen los fundamentos para lograr como objetivo la alternativa radial; confirman la presencia de una inquietud académica, cada vez más imperiosa para los alumnos.

7. Si los estudiantes participaran en las actividades de radiodifusión universitaria, ¿qué ventajas le verías?: constituirían un medio de expresión 42%; proporcionarían información veraz 2%; brindarían diversidad informativa 9.5%; significarían el conocimiento por parte del estudiantado y la comunidad en general de la investigación que se realiza en la UPN 4%; de igual manera contribuirían a la actualización y desarrollo profesional 32%; se haría presente el impacto de la universidad en la educación del país 9.5%; pocas porque hay otros proyectos más importantes 1%, en el cual contestaron: hay otras cosas más importantes. Aquí, de nueva cuenta, cabe decir que los resultados hablan por sí mismos, pues expresan fehacientemente uno de los derechos que todos los estudiantes universitarios están llamados a ejercer: el de recibir una educación de calidad en la que participen activamente en todas las actividades que puede y debe ofrecer la institución a la que asisten, además de contribuir activamente al desarrollo académico.

8. ¿Te gustaría participar en las actividades de radiodifusión universitaria?: un 86% expresó que sí y en contraste el 14% que no, lo que pone de manifiesto la disponibilidad de los estudiantes de la UPN para emprender un nuevo proyecto participativo de una serie radiofónica para ellos mismos. Es evidente el interés y el entusiasmo con que perciben esta nueva iniciativa, por lo que podrá traducirse en enormes beneficios de superación personal para todos. De hecho, la respuesta nos proporciona valiosa información para llevar a cabo la actividad que nos hemos propuesto.

9. Dentro de la actividad de radiodifusión universitaria, ¿en qué aspectos te gustaría participar?: producción 13%; investigación y realización de guión 33.5%; locución 30.5%; dirección 6%; otros 4.5%, con lo cual mostraron la intención de

participar en dos o más actividades, y proponer otras nuevas; en ninguno 12.5%. Estos resultados hablan por sí mismos y muestran gran optimismo en la empresa de la serie radial.

10. ¿Qué tipo de contenidos te gustaría que se incorporaran en las actividades de radiodifusión universitaria?: pedagógicos 34.5%; económicos 2%; políticos 4%; sociales 15.5%; ninguno 0.5%; por su parte, el 43.5% opinó que todos los anteriores son igualmente importantes y que cada uno merece su espacio, en este rubro también hubieron quienes señalaron más de dos contenidos; además propusieron radioconferencias con temas diversos: musicales, artísticos, de tecnologías aplicadas a la educación, deportivos, psicológicos, de educación sexual, ecológicos, científicos, de educación especial, y de orientación educativa y vocacional. Obviamente, se vislumbra la conveniencia de combinar la transmisión de temáticas; pero, dado que se refirió un porcentaje alto a los contenidos pedagógicos, en este trabajo se hará un ejemplar de guión radiofónico sobre dicha línea de investigación.

Con base en lo anterior, como resultado de la contrastación de la teoría con la práctica, podemos decir que los postulados teóricos que anteriormente se analizaron crearon el terreno propicio para vincularse con el ámbito de la realidad: los estudiantes.

Los enfoques teóricos utilizados proporcionaron elementos para comprender de forma abstracta la relación entre educación-comunicación-estudiantes, la cual se presenta ahora como un binomio inseparable y sobre todo colaborativo, una relación interdependiente que impulsa el pensamiento crítico de los alumnos, mediante mensajes emitidos por una serie radiofónica para los estudiantes de la UPN.

Y en el terreno de la realidad, o sea, el alumnado, se distingue que dicha abstracción tuvo un enlace o vínculo armónico con la práctica, pues se demostró una gran disposición en la creación de esta propuesta, lo que favorece el cultivo de nuevas expectativas en este ámbito: la participación estudiantil en la radiodifusión universitaria de nuestra Institución.

Por lo tanto, se considera la viabilidad de este proyecto de serie radial, pues como vimos la teoría y la práctica se unieron y muestran una relación estrecha. Ello

da pie para la creación de la serie que en el siguiente capítulo se expondrá con mayor detalle.

CAPÍTULO III.
PROPUESTA DE
UNA SERIE
RADIOFÓNICA
PARA LOS
ESTUDIANTES
DE LA UPN

CAPÍTULO III. PROPUESTA DE UNA SERIE RADIOFÓNICA PARA LOS ESTUDIANTES DE LA UPN.

De acuerdo con los postulados teóricos analizados y su estrecha relación con los fundamentos en el ámbito de la práctica, cabe destacar que la propuesta de la serie radial que a continuación se propondrá, es realizada desde el enfoque de la comunicación educativa crítica, en el cual se considera que los mensajes provenientes tienen objetivos educativos y culturales, jamás comerciales ni de manipulación a la población.

Ello promoverá el desarrollo de nuevas mentalidades, es decir, de sujetos críticos, analíticos y reflexivos acerca del contexto económico, político, social y educativo del país, lo que a su vez estimulará la acción transformadora de éstos hacia su entorno.

3.1. Conformación de la propuesta *La feria de los intelectos*.

La feria de los intelectos es un proyecto de serie radiofónica, dirigida por los propios estudiantes de la Universidad Pedagógica Nacional con el fin de que éstos tengan un medio de expresión a sus inquietudes, reflexiones, y nuevas interpretaciones de la realidad actual en los planos político, económico y social, lo que repercutirá en el ámbito educativo. Ello implica que las temáticas que se traten estarán encuadradas en las políticas educativas de México.

Asimismo, se pretende utilizar la radio como medio de expresión estudiantil, y vehículo didáctico de los conocimientos que en cada carrera se imparten. Esta serie se concibió considerando el hecho de que toda Universidad debe propiciar el acceso a la comprensión amplia y profunda de la relación existencial entre el hombre y su entorno. Ello implica entender al hombre en su máxima expresión, y en relación con el medio en que se desenvuelve. Es un lugar en donde se dan la difusión de la cultura y el conocimiento científico; la libre producción y el intercambio de ideas; el cuestionamiento de los dogmas; de igual manera constituye un espacio abierto para

la expresión de los propios estudiantes; el sitio en el que se proponen y nacen las revoluciones ideológicas; donde las críticas, reflexiones y análisis de la producción de mensajes en una sociedad, son la llama de su existir.

Por consiguiente, se logrará lo fundamental en este trabajo que es enriquecer el pensamiento crítico de los estudiantes universitarios, pues las emisiones liberadas en la serie radial propuesta coadyuvarán a que ellos cuestionen, rompan con las estructuras y esquemas establecidos y que ahora se valoran caducos para la realidad contemporánea, y opten por una transformación activa de su entorno, primeramente cambiando de mentalidad, de actitud, de pensamiento, de acción para el entendimiento de la realidad y las actividades que se realicen.

Para ser crítico se requieren ejercicios mentales en el estudio de la esencia de un objeto o situación concreta, conocer su origen, valorar su estado, causas, consecuencias, y cambiarla, es decir, dirigirla hacia formas de ser ideales. Es un aprendizaje profundo y sistemático de la realidad; la acción de comprender el contexto con mayor claridad, amplitud y profundidad. Ello implica que el sujeto consciente debe ser activo, no pasivo, y dirigirse, junto con sus semejantes, a modificar positivamente su entorno, en todos los sentidos.

El ser crítico es un estado mental permanente en el que la ignorancia no se hace presente, lo cual nos hace ser creativos, originales en el sentir, pensar y actuar, participativos, activos, emprendedores, transformadores del malestar en bienestar social. Significa soñar con el ideal de mundo que queremos tener y dirigir nuestras vidas a conseguirlo. Lo anterior se deja notar en nuestros pensamientos, palabras, actitudes, acciones, compromisos, ya sea en el aula, el hogar, el trabajo, el club deportivo, la calle, con las amistades, etc.

Con el fin de seguir enriqueciendo tal concepción, me permito proponer una serie radiofónica, misma que podrá ser realizada por los propios estudiantes de la UPN y dirigida a toda la comunidad estudiantil de esta Casa de Estudios, y a la sociedad en general. Tal iniciativa también cobra importancia significativa en la medida en que será un medio para apoyar sustantivamente la función de difusión cultural y extensión universitaria; la expresión de lo que los estudiantes aprenden en el aula. De igual manera, tal propuesta constituirá la expresión de mis intereses

personales y académicos; así como mi trabajo recepcional.

Más explícitamente, la primera razón de ser de este trabajo es el dar mayor impulso a la función de difusión cultural y extensión universitaria, con el fin de que la Institución amplíe su marco de incidencia, por la vía de la radiodifusión, tanto en el ámbito de esta universidad como en el exterior.

La expansión del saber, de la alta cultura, es una necesidad y una obligación creciente y que toda universidad debe satisfacer y llevar a cabo en coordinación con otras Instituciones de educación superior. Ello porque se trata de un espacio en el cual la producción del conocimiento es abundante, que no puede limitarse a ser privilegio de algunos, sino patrimonio de toda su comunidad y la sociedad en general.

Un medio eficaz para lograr la expansión del saber, hasta los más lejanos sectores de la población, es la radio. Y la UPN no puede soslayar su uso, por lo que mi propuesta tiende a potenciar la utilidad de este recurso. Con base en lo anteriormente expuesto, puedo afirmar que una serie radiofónica elaborada por el propio estudiantado es una opción educativa que responde a las inquietudes académicas de la Institución, del docente, estudiantes, y la sociedad en general. También, mi propuesta cobra sentido en la medida en que contribuye eficazmente a incrementar el alcance de la función de difusión cultural y extensión universitaria, ya que la radio, por su naturaleza, es un medio masivo que tiene una amplia cobertura.

Otro motivo es lograr que los estudiantes puedan compartir los contenidos académicos que aprenden en las aulas, así como las experiencias que han vivido en la Institución, o incluso fuera de ella.

Se trata de una actividad en la que los alumnos puedan practicar los conocimientos aprendidos "en un modelo de radiodifusión orientado hacia un sistema de información cultural, social y recreativa"¹²⁰, que a su vez, con creatividad, podrá ser utilizado como material de apoyo en las diversas actividades escolares, lo cual enriquecerá y hará más eficiente el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Así, la serie radiofónica que propongo es importante porque, además de transmitir contenidos concretamente educativos y culturales que pueden servir como

¹²⁰ Alva de la Selva, Alma Rosa. *Radio e ideología*. México, Ed. El Caballito, 1982. p. 43.

medio de práctica académica y apoyo a las actividades escolares se orienta a fomentar la libre imaginación, el pensamiento crítico, analítico, y propositivo de los estudiantes radioescuchas, y de la sociedad en general. Además de representar una oportunidad para que tengan acceso al medio y desarrollen su iniciativa y creatividad. Inclusive, la actividad mencionada puede despertar una nueva vocación en ellos.

Por último, cabe señalar que en la actualidad no existe ningún proyecto de esta naturaleza en las actividades de difusión cultural y extensión universitaria en el área de la radiodifusión, la cual cobra importancia en la medida en que es un medio que contribuye a expandir potencialmente el conocimiento a la comunidad universitaria, y a la sociedad.

3.2. Destinatarios de *La feria de los intelectos* y objetivos que persigue.

Destinatarios.

El público meta de la serie radiofónica es la comunidad universitaria de la UPN, principalmente los estudiantes, pues la concepción de la serie surge a partir de las necesidades y expectativas de los mismos. Asimismo, se toma en cuenta en ella a los públicos colaterales, que pueden ser la comunidad de otras universidades, y la sociedad en general.

Objetivos.

- A) Contribuir a la formación de alumnos críticos, analíticos, y reflexivos.
- B) Coadyuvar en las labores de concientización de los diferentes sectores sociales, de manera especial los más lejanos.
- C) Difundir mensajes educativos y culturales.
- D) Difundir el saber y la experiencia de los estudiantes de la UPN en los ámbitos educativo, social, político y económico, desde la propia sede

universitaria.

E) Enriquecer activamente la función de difusión cultural y extensión universitaria de la UPN.

F) Ampliar y democratizar el uso de la radio como medio de expresión de las diferentes posturas ideológicas del estudiantado.

G) Conocer las necesidades, los intereses y las expectativas educativas específicas de los alumnos, y sobre éstas realizar las programaciones radiales.

3.3. Caracterización.

1. Nombre de la serie.

La feria de los intelectos.

2. Slogan de la serie.

...Embates y retos en el México contemporáneo...

3. Temática de la serie radiofónica.

Básicamente, la serie radiofónica consistirá en que los estudiantes ventilen sus ideas, pensamientos, reflexiones, así como en el abordaje crítico de diversos temas de actualidad, en el aspecto educativo-cultural, social, político, y económico, con base en la experiencia y los conocimientos adquiridos durante el curso de su carrera.

Algunos temas que se pueden recrear son las políticas educativas, el financiamiento a la educación, la situación social y educativa de los indígenas, las nuevas tecnologías en la educación, las nuevas corrientes pedagógicas y su aplicación en el contexto mexicano, los diversos problemas de aprendizaje y sus posibles soluciones, las problemáticas de la práctica docente, entre muchos otros más, dependiendo de los intereses de la comunidad estudiantil.

Como se pudo apreciar en la interpretación de los cuestionarios, cabe resaltar que la mayoría de los encuestados prefiere, en primer lugar, que en la serie radiofónica se aborden contenidos pedagógicos, por lo tanto el primer ejemplar de guión radiofónico se realizará con base en ello.

4. Formato o Género.

El género radiofónico en el que se recrearán los contenidos de la serie serán la entrevista y el debate colectivo, para lo cual serán invitados, de manera aleatoria, como interlocutores dos o tres estudiantes de cada semestre; uno más fungirá como entrevistador, y otro como el coordinador de la serie, cargos que serán rotatorios en cada programa.

Cabe señalar que se elaborarán programas con la participación de alumnos de todos los semestres, con el fin de conformar ciclos rotativos, y en orden secuencial por semestres, de todas las licenciaturas, hasta volver a empezar el ciclo y así sucesivamente. Asimismo, ya en la práctica habrá aspectos no contemplados aquí, que podrán resolverse de manera inmediata, en la acción.

Es pertinente destacar que la gran parte de la población aleatoria encuestada sugirió el abordaje de temas sobre pedagogía; sin embargo, la temática es amplísima, y por ello, cuando se aborde la misma en los programas de la serie, se hará de acuerdo a aspectos específicos, para lo cual, con previo aviso, se les pedirá opinión a los participantes invitados de la serie para definir el aspecto que les interesaría debatir.

Además, se podrán realizar sondeos semanales en los estudiantes de todas las licenciaturas, con el fin de averiguar la temática particular que desea escuchar la comunidad estudiantil, y con base en ello elaborar la programación de la serie radiofónica. Ello implica que necesariamente se aborden diferentes puntos; por ejemplo, sobre la administración educativa con alumnos de esa rama, y así tomar en cuenta la diversidad de intereses del alumnado de la UPN.

5. Duración de la serie.

La feria de los intelectos tendrá una duración de 1 hora, con el fin de

conceder tiempo suficiente al abordaje de los distintos temas para que se reflexione sobre ellos y sean debatidos, con amplitud y profundidad; pero cuidando de no exceder los límites de tolerancia del público.

6. Periodicidad de transmisión.

Con el fin de dar el tiempo suficiente para los estudiantes que vayan a protagonizar la entrevista y el debate en la serie radiofónica se informen sobre la temática respectiva del programa, se pretende que la serie se transmita semanalmente, los días sábado.

7. Tipo de emisora en donde se transmitirá la serie.

La emisora en que se podría transmitir la serie, tentativamente, puede ser Radio Educación o Radio Mil, ya que en esas emisoras se han transmitido la mayoría de las series que ha producido la UPN, ello porque la propuesta de la serie radiofónica todavía se encuentra en la fase de proyecto. La producción de la serie se podrá realizar en la cabina de la Universidad Pedagógica Nacional, con previo conocimiento de las autoridades respectivas.

8. Horario de transmisión.

Se pretende que el horario en que se transmita la serie radiofónica sea, desde el punto de vista del autor, el más idóneo, es decir, cuando el público al que está destinada se encuentre receptivo lo mejor posible. Así, se propone que las emisiones se realicen de 10:00 a.m. a 11:00 a.m.

9. Costos.

En seguida, se calcula aproximadamente el presupuesto que probablemente se requeriría para el funcionamiento de la serie radiofónica mencionada.

<u>Concepto:</u>	<u>Costo:</u>
1) Producción	\$ 700.00
2) Conductor (si es el caso)	\$ 800.00 c/u
3) Tiempo de estudio	\$ 1, 500.00 por hora.
	Total = \$ 3, 000.00

3.4. Ejemplo de guión radiofónico de la serie.

GUIÓN DEL PROGRAMA NÚM. 1

SERIE: LA FERIA DE LOS INTELECTOS

EJE TEMÁTICO: EDUCACIÓN, ECONOMÍA Y POLÍTICA.

GUIÓN: LUIS DAVID PÉREZ ROSAS.

REALIZACIÓN: LUIS DAVID PÉREZ ROSAS.

GRABACIÓN: 4 DE AGOSTO DEL
2001.

TRANSMISIÓN: 11 DE AGOSTO DEL
2001.

REPARTO:

LOCUTOR: JUAN HERNÁNDEZ.

LOCUTORA: MARTHA PACHECO.

ENTREVISTADOR: LUIS DAVID PÉREZ ROSAS.

ENTREVISTADO 1: ERIKA SOLÍS.

ENTREVISTADO 2: DAVID GÓMEZ.

EFFECTOS: MÚSICA CLÁSICA DE FONDO...

1. MÚSICA CORRE RÚBRICA DE ENTRADA, SUBE Y BAJA A FONDO
2. LOCUTOR: La Universidad Pedagógica Nacional presenta...
3. LOCUTORA: (CON ECO) La feria de los intelectos.
4. LOCUTOR: La feria de los intelectos... embates y retos en el México
5. contemporáneo.
6. MÚSICA SUBE RÚBRICA, BAJA Y DESAPARECE
7. EFEECTO: AMBIENTE DE MISTERIO
8. ENTREVISTADOR: ¡Buenos días! Amable público que nos escucha, los temas
9. de debate hoy son la educación, la economía y la
10. política. Es decir, cómo la educación puede relacionarse
11. con la política, y como ésta, a su vez, con la economía. Al
12. hablar de economía nos referimos incluso al presupuesto a
13. la educación pública, y cómo ha sido el desarrollo de ésta.
14. Para ello, contaremos con las opiniones de nuestros
15. invitados: Erika Solís, estudian-
16. te de la Licenciatura en Sociología Educativa, y David Gó-
17. mez, de la carrera en Pedagogía. Ambos de la Universidad
18. Pedagógica Nacional.
19. Erika, ¿qué opina del contexto actual, en el ámbito econó-
20. mico, político, social y educativo? ¿Qué dificultades hay?
21. ERIKA: (6 min) (RESP)
22. ENTREVISTADOR: David: ¿Cómo valoras el contexto educativo nacional?
23. DAVID: (6 MIN) (RESP).
24. ENTREVISTADOR: Al referirnos al ámbito educativo, es imprescindible desta-
25. car un aspecto: el financiamiento. ¿Cómo se valora el
26. financiamiento a la educación pública, en particular, la
27. Superior? ¿Qué medidas deben adoptarse para mejorar?
28. ERIKA: (6 min) (RESP).

1. ENTREVISTADOR: ¿Se considera de manera generalizada e institucional la
2. privatización de la educación superior?, y, en dado caso,
3. ¿cómo repercutiría ello en el desarrollo nacional?
4. DAVID: (6 min) (RESP)
5. ENTREVISTADOR: Al referirnos al presupuesto para la educación pública,
6. parece necesario también referirnos al sistema económico
7. "de moda": el neoliberalismo, ¿qué contraste habría
8. entre humanismo y neoliberalismo? ¿con cuál nos quedamos?
9. ¿Cómo enfrentar ésta realidad?
10. ERIKA: (6 min) (RESP)
11. ENTREVISTADOR: ¿Cómo incorporar una perspectiva humanista en la edu-
12. cación de hoy, y así formar sujetos críticos, analíticos?
13. DAVID: (6 min) (RESP)
14. ENTREVISTADOR: ¿En estos tiempos, cuál debe ser el ideal educativo que
15. se debe de perseguir; es decir, hacia dónde debe orien-
16. tarse la formación de sujetos?
17. ERIKA: (6 min) (RESP)
18. ENTREVISTADOR: Bien, dado que el Sistema Educativo Nacional está
19. muy influido por la educación tradicionalista, ¿cuál
20. o cuáles propuestas pedagógicas alternativas deberían
21. aplicarse en las instituciones educativas de distintos
22. niveles que lo conforman?
23. DAVID: (6 min) (RESP)
24. ENTREVISTADOR: Bien amigos radioescuchas, hemos llegado al final de
25. este programa. Esperamos que haya sido de su agrado.
26. Para ampliar la perspectiva de este tema, se sugiere
27. consultar a autores como Héctor Aguilar Camín, *et al.*
28. que en su obra *La catástrofe silenciosa* editada en

1. México en 1995 por el FCE, lo trata adecuadamente.
2. Juan Pablo González Sandoval, en *Los límites 28.rotos*.
3. *Anuario Político*, editada en México, por Oceano en 1995.
4. y Paulo Freire en *Pedagogía de la autonomía*, editada en
5. México, por Siglo XXI, en 1997.
6. El próximo tema a debatir será Pedagogía y Posmo-
7. dernidad. Damos las gracias a nuestros invitados
8. estudiantes de la Universidad Pedagógica Nacional, por
9. su participación en este programa.
10. MÚSICA RÁFAGA, SUBE Y BAJA A FONDO
11. LOCUTORA: Amigos, antes de despedirnos quisiéramos invitarlos a
12. que envíen sus sugerencias y opiniones al programa *La*
13. *feria de los intelectos*.
14. LOCUTOR: Departamento de Radiodifusión. Carretera al Ajusco
15. número 11. Colonia Héroes de Padierna,
16. Código postal 14200, México, D.F.,
17. LOCUTORA: O bien, llamando al teléfono 56 30 97 00, extensión
18. 1436.
19. MÚSICA ENTRA RÚBRICA DE SALIDA, SUBE Y BAJA A
20. FONDO.
21. LOCUTOR: La Universidad Pedagógica Nacional presentó...
22. LOCUTORA: (CON ECO) La Feria de los Intelectos.
23. LOCUTOR: La Feria de los Intelectos...embates y retos en el
24. México contemporáneo.
25. LOCUTORA: Con las voces de: Juan Hernández y Martha Pacheco.
26. LOCUTOR: Invitados: Erika Solís y David Gómez.
27. LOCUTORA: En los controies técnicos: Javier Rosas.
28. LOCUTOR: Efectos especiales: Fernando Báez.

1. LOCUTORA: Musicalización: Héctor Ramiro Herrera.
2. LOCUTOR: Guión: Luis David Pérez Rosas.
3. LOCUTORA: Realización y coordinación de la serie: Luis David Pérez
4. Rosas.
5. MÚSICA SUBE Y BAJA A DESAPARECER
6. LOCUTOR: Secretaría de Educación Pública.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.
- 11.
- 12.
- 13.
- 14.
- 15.
- 16.
- 17.
- 18.
- 19.
- 20.
- 21.
- 22.
- 23.
- 24.
- 25.
- 26.
- 27.
- 28.

CONCLUSIONES

Conclusiones.

Es indudable que la educación y la comunicación se vinculan estrechamente, ya que todo proceso educativo entraña comunicación, por lo cual mediante una adecuada comunicación se educa. El nuevo milenio debe plantear nuevas y mejores relaciones entre los medios de comunicación masiva y el sector educativo, para lograr la consolidación de una sociedad que esté mejor informada y, en esa forma puede ser crítica del acontecer cotidiano, lo principal.

El objetivo fundamental de esta tesina, es contribuir a la consolidación de un pensamiento crítico, analítico y reflexivo de la sociedad mexicana, para que así opte por realizar transformaciones a su entorno, ello implica necesariamente una revolución ideológica de las mentalidades. Esto podrá lograrse a través de las emisiones liberadas por una serie radial, en la que los estudiantes de la UPN participen activamente como interlocutores de su propio aprendizaje y de la realidad.

Reconocemos que esta serie no tendrá el impacto social que tienen las otras radiodifusoras con sentido educativo, como Radio UNAM y Radio Educación, entre otras, ni mucho menos las que tienen intereses esencialmente lucrativos, dado que son mayoría; pero, en cambio, podemos decir que aunque en pequeña proporción, los mensajes con sentido educativo y cultural emitidos por la radiodifusión de la UPN aportarán elementos cognoscitivos que incrementarán el nivel intelectual de la comunidad estudiantil, lo que fomentará el pensamiento crítico de la misma.

Como se demostró en este trabajo, a los medios de comunicación masiva, incluyendo de manera importante a la radiodifusión, se les ha utilizado con fines casi exclusivamente comerciales; ya que, como se ha visto, transmiten mensajes que incitan a un consumo progresivo e irreflexivo en la sociedad mexicana, muchos de cuyos sectores no cuentan con los medios para adquirir lo que se anuncia en ellos.

Además, dichos mensajes son generadores de ideas y prejuicios en los sujetos, tales como: la vanidad, la superficialidad humana, el estatus social y el gusto por lo efímero, lo mundano, lo nocivo, los vicios, lo que puede conducir a frustración. Así, se han deformado los conceptos de hombre, de ideal, de igualdad, de libertad, pues la gente se vuelve cada vez más egoísta, y se ha generalizado la

idea de que mientras mayor sea el consumo individual, mayor será el status social logrado.

Por otro lado, los mensajes tendientes a reproducir el "american way of life" - estilo de vida americano- influyen de manera cada vez más penetrante en las personas, especialmente en las generaciones jóvenes, lo que afecta el concepto que tengan de sí mismos, su identidad como sujetos que pertenecen a los diferentes núcleos sociales; en fin, su personalidad.

Otro aspecto que hay que señalar en relación con lo anterior, es que algunos sectores de la sociedad mexicana parecen dejar de lado la voluntad para el cambio social, reproduciendo en cierta medida lo establecido, el ciclo vicioso de dejarse llevar por lo fácil, lo superfluo, lo que no requiere de un esfuerzo intelectual, de un razonamiento analítico y reflexivo para interpretar lo que acontece en el entorno y contribuir a su transformación.

Cabe mencionar que lo anteriormente dicho no se aplica a todos los individuos ya que existen, indudablemente, personas con conciencia social, que siguen luchando por los ideales de libertad, justicia, e igualdad.

Esta realidad no cambiará en un futuro próximo si no existe gente que se pronuncie con una firme convicción hacia el ideal de construir un mundo mejor para las presentes y las futuras generaciones: este es el compromiso que todos estamos llamados a realizar para justificar nuestra existencia. Debemos pugnar por lo que juzgamos importante para nosotros y para los demás. Para el caso que nos ocupa, una forma de lograrlo es utilizando a los medios de comunicación masiva desde una óptica esencialmente educativa.

De hecho, no se trata de "satanizar" a los medios, por los efectos negativos que puedan tener en los niños, los jóvenes y los adultos. Bastante se ha dicho sobre esto; pero, más bien son las intenciones con que se les analiza, ya que el problema tiene su origen en las comunicaciones interhumanas, en las relaciones sociales, en lo que el hombre recibe y contesta a su semejante.

Principalmente, el conflicto radica en el deseo humano de tener más, de generar mayores ganancias, de dominar a los otros para mantener los privilegios que le proporciona cierto status. Nos referimos a que existe una élite que detenta el

poder de los mass media, y se convierte en ideológico cuando lo ejerce para manipular a la población con ideas enajenantes y apaciguadoras de la conciencia social. A esta cúpula, en la que se privilegia el interés de una minoría, debemos enfrentarla promoviendo programas radiofónicos con un sentido educativo, mismo que despierten el interés de la población por analizar los mecanismos con que esta actúa a través de los medios.

Con base en lo anterior, la propuesta de la serie radiofónica *La feria de los intelectos* cobra relevancia en la medida en que sus objetivos son:

- A) Contribuir a la formación de alumnos críticos, analíticos, y reflexivos.
- B) Coadyuvar en las labores de concientización de los diferentes sectores sociales, de manera especial los más lejanos.
- C) Difundir mensajes educativos y culturales.
- D) Difundir el saber y la experiencia de los estudiantes de la UPN en los ámbitos educativo, social, político y económico, desde la propia sede universitaria.
- E) Enriquecer activamente la función de difusión cultural y extensión universitaria de la UPN.
- F) Ampliar y democratizar el uso de la radio como medio de expresión de las diferentes posturas ideológicas del estudiantado.
- G) Conocer las necesidades, los intereses y las expectativas educativas específicas de los alumnos, y sobre éstas realizar la programaciones radiales.

La serie se orienta a contribuir a una transformación activa de la realidad actual, por lo cual apunta a transmitir mensajes educativos que promuevan la conciencia en los sujetos y la participación en la construcción de un mundo mejor. Por lo tanto, este trabajo sirvió para resaltar la pertinencia de crear una serie radiofónica para los estudiantes de la UPN, con el fin de enriquecer su formación, y

a la vez cooperar sustantivamente con las tareas de difusión cultural y extensión universitaria que tiene encomendadas.

En la serie radial se pueden abordar una infinidad de temáticas para el interés académico y social, incluso de otras instituciones de educación superior, y así fortalecer el intercambio interuniversitario. Uno de los aspectos a tratar puede ser lo referente a las políticas educativas del país, lo que propiciaría indudablemente un interés creciente acerca de la realidad educativa en los diversos niveles y cómo inciden en el ámbito social, y así contribuir a elevar el número de propuestas pedagógicas al Sistema Educativo Nacional.

A las preguntas planteadas a la comunidad estudiantil sobre la necesidad de la creación de una serie radiofónica en la UPN, la gran mayoría dió una respuesta afirmativa, lo que muestra que existe un gran interés y disposición por parte de la misma para participar en ella.

La realización de la serie demanda un interés genuino, así como entusiasmo, creatividad y dedicación en todos sentidos. Esto solamente será posible con un trabajo de equipo, ya que tal empresa entraña la necesidad de colaboración de una diversidad de criterios y puntos de vista que puedan conducir a llevarla a cabo en forma exitosa.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía.

- ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa. *Radio e ideología*. México, El Caballito, 1982. 143 p. (Colec. Fragua Mexicana 49)
- BISQUERRA, Rafael. *Métodos de investigación educativa. Guía práctica*. Barcelona, CEAC, 1989. 382 p. (Colec. Educación y Enseñanza y Serie Universitaria)
- CALDERA, Tomás, et al. "La radiodifusión universitaria de la Universidad Pedagógica Nacional, una propuesta de extensión académica". En: *Pedagogía, Revista de la Universidad Pedagógica Nacional*, vol. 6, núm. 18, abril-junio, 1989. p. 59.
- CARPENTER, Edmund y Marshall McLuhan. *El aula sin muros*. Prol. de Román Gubern. 3a. ed. Barcelona, Laia, 1981. 266 p.
- CURIEL, Fernando. *Manual de comunicación para guionistas*. México, UNAM, 1984. 150 p.
- FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Fátima. *Los medios de difusión masiva en México*. 8a. ed. México, Juan Pablos, 1990. 330 p.
- FERNÁNDEZ, Claudia y Andrew Paxman. *El Tigre. Emilio Azcárraga y su imperio televisa*. México, Grijalbo, 2000. 542 p.
- FIGUEROA BERMÚDEZ, Romeo. *¿Qué onda con la radio!*. México, Alhambra-Mexicana, 1996. 535 p.
- FREIRE, Paulo. *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural*. México, Siglo XXI, 16a. ed. 1988, c 1973. 109 p.

- FREIRE, Paulo. *Pedagogía del oprimido*. México, Siglo XXI, 39a. ed. 1988, c 1970. 245 p.
- FREIRE, Paulo. *Pedagogía de la autonomía*. México, Siglo XXI, 1997, c 1996. 139 p.
- FREIRE, Paulo. *La educación como práctica de la libertad*. 13a. ed. México, Siglo XXI, 1989. 150 p.
- GARCÍA DUARTE, Nohemy. *Educación mediática. El potencial pedagógico de las nuevas tecnologías de la comunicación*. México, UPN-Porrúa, 2000. 99 p.
- GASCÓN BAQUERO, María Carmen. *La radio en la educación no formal*. Barcelona, CEAC, 1991. 142 p. (Colec. Pedagogía Social)
- GRANADOS CHAPA, Miguel Angel. *Exámen de la comunicación en México*. 3a. ed. México, El Caballito, 1981. 157 p.
- GUTIÉRREZ, Francisco. *Pedagogía de la comunicación*. Prol. de Telmo Meirone. Buenos Aires, Hvmánitas, 2a. ed. 1975, c 1974. 158 p.
- GUTIÉRREZ, Francisco. *El lenguaje total: Pedagogía de los medios de comunicación*. 6a. ed. México, Hvmánitas, 1989. 152 p.
- HEINZ DIETERICH, Steffan. *Nueva guía para la investigación científica*. México, Planeta Mexicana, 5a. reimp. 1998, c 1996. 229 p. (Colec. Ariel)
- HUERTA, Francisco y Ricardo Pacheco. *Crónica del periodismo civil. La voz del ciudadano*. México, Grijalbo, 1997. 240 p.
- INTERNET: www.upn.mx
www.serpiente.dgsca.unam.mx/radiounam/FM/

- KAPLÚN, Mario. *A la educación por la comunicación. La práctica de la comunicación educativa*. Santiago (Chile), UNESCO/OREALC, 1992. 234 p.
- KAPLÚN, Mario. *El comunicador popular*. 2a. ed. Argentina, Hvmánitas, 1987. 263 p.
- KAPLÚN, Mario. *Producción de programas de radio*. México, CIESPAL, 1978. 460 p. (Colec. Intiyan)
- LA BELLE, Thomas J. *Educación no formal y cambio social en América Latina*. 4a. ed. México, Patria, 1988. 288 p.
- LARROYO, Francisco. *Historia comparada de la educación en México*. México, Porrúa, 10a. ed. 1973, c 1947. 585 p.
- Ley Federal de Radio y Televisión. En: *Legislación en comunicaciones*. 8a. ed. Delma, México, 1999. 512 p.
- LEYVA, Juan. *Política educativa y comunicación social. La radio en México, 1940-1946*. México, CESU-UNAM, 1992. 232 p.
- LOZANO RENDÓN, José Carlos. *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México, Alhambra Mexicana, 1996. 233 p.
- MATTELART, Armand. *La comunicación masiva en el proceso de liberación*. 11a. ed. México, Siglo XXI, 1986. 263 p. (Colec. Sociología y Política)

- MATTELART, Armand y Michèle Mattelart. *Los medios de comunicación en tiempos de crisis*. Trad. de Félix Blanco. 7a ed. México, Siglo XXI, 1998. 259 p. (Colec. Sociología y Política)
- MCQUAIL, Denis. *Sociología de los medios masivos de comunicación*. Tr. de Silvia Kutnowsky. Buenos Aires, Paidós, 1979. 165 p. (Colec. Psicología Social y sociología).
- MOLES, Abraham André y Elisabeth Rohmer. *Teoría estructural de la comunicación y sociedad*. Tr. de Dolores Carbonell Iturbune. México, Trillas, 1983. 202 p.
- MONCADA IBAR, Daria. *Radio Universidad: testimonios*. (Tesis de licenciatura), México, FCP y S-UNAM, 1983. 195 p.
- MORAGAS DE, Miquel. *Sociología de la comunicación de masas*. Vol III: Propaganda política y opinión pública. 2a. ed. Barcelona, Gustavo Gili, 1986. 222p. (Colec. GG Mass Media)
- MORDUCHOWICZ, Roxana. *La escuela y los medios. Un binomio necesario*. Buenos Aires, Aique, s/año. 151 p. (Colec. Estrategias del Aula)
- NASSIF, Ricardo. *Pedagogía general*. Buenos Aires, Kapelusz, 1974, c 1958. 305 p.
- OROZCO, Guillermo (coord.). *La comunicación desde las prácticas sociales. Reflexiones en torno a su investigación*. México, UIA, 1990. 68 p. (Colec. Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales)
- PASQUALI, Antonio. *Comprender la comunicación*. Caracas, Morata, 4a ed. 1974. 223 p.

- PEPPINO BARALE, Ana María. *Radiodifusión educativa*. México, Gernika, 1991. 235 p. (Colec. Ensayos 36)
- PEPPINO BARALE, Ana María. "La radio permisionada: ¿para qué?". En Peppino Barale, Ana María (coord.). *La radio permisionada en México: el caso de Hidalgo*. México, Fundación Friedrich Ebert, 1990. 96 p.
- PEPPINO BARALE, Ana María. *Las ondas dormidas. Crónica Hidalguense de una pasión radiofónica*. México, UAM, 1989. 397 p. (Colec. Biblioteca de Ciencias Sociales y Humanidades)
- PEPPINO BARALE, Ana María. *El papel de la radiodifusión en la enseñanza superior a distancia*. (Tesis de Maestría), México, FF y L-UNAM, 1991. 293 p.
- PÉREZ HERNÁNDEZ, Mario Alberto. *Prácticas radiofónicas. Manual del productor*. México, Porrúa, 1998. 221 p.
- PÉREZ ROSAS, Luis David. "Crítica y concientización a los medios de comunicación". En: *Gaceta UPN*, vol. VI, núm. 1, enero 15, 1999, p. 14.
- PIERRE, Albert y André-Jean Tudesq. *Historia de la radio y la televisión*. Tr. De Diana Irene Galak C. 3a. ed. México, Fondo de Cultura Económica, 1995. 176 p.
- PRIETO CASTILLO, Daniel. *Discurso autoritario y comunicación alternativa*. México, Premià, 4a ed. 1989, c 1984. 181 p. (Colec. La Red de Jonás)
- RAMÍREZ, José Agustín. *Tragicomedia mexicana 2*. 2a ed. México, Planeta Mexicana, 1998. 293 p.

- REBEIL CORELLA, María Antonieta, *et al.* *Perfiles del cuadrante. Experiencias de la radio.* México, Trillas, 1989. 314 p.
- ROJAS SORIANO, Raúl. *Guía para realizar investigaciones sociales.* 19a. ed. México, Plaza y Valdes, 1997. 302 p.
- ROMO GIL, Cristina. *La otra radio: voces débiles, voces de esperanza.* México, IMER, 1990. 196 p.
- ROMO GIL, Cristina. *Introducción al conocimiento y práctica de la radio.* México, Diana, 1987. 132 p.
- RUIZ MOCTEZUMA, Sergio. *Educación integral o cómo promover al hombre a ser persona.* México, Kyrios, 1999. 125 p.
- SARRAMONA, Jaume. *La educación no formal.* Barcelona, CEAC, 1992. 125 p. (Colec. Educación y Enseñanza).
- SARRAMONA, Jaume. *Comunicación y educación.* Barcelona, CEAC, 1988. 179 p. (Colec. Teoría de la Educación)
- SHAPIRO, Harry L. *Hombre, cultura y sociedad.* Tr. de Mayo Antonio Sánchez. 3a. ed. México, FCE, 1985. 479 p.
- SIMPSON GRINBERG, Máximo. *Comunicación alternativa y cambio social.* México, Premià, 1986. 373 p. (Colec. La Red de Jonás)
- SOMOS (Revista). Edición especial: "XEW 70 Aniversario. La Catedral de la Radio". Año 11, núm. 199, septiembre 1, 2000. 102 p.

TORRES, Sara y Nohemy García Duarte. "La experiencia radiofónica de la UPN (primera de dos partes)". *Gaceta UPN*, vol. V, núm. 13, septiembre 2, 1998. p. 12.

TORRES, Sara y Nohemy García Duarte. "La experiencia radiofónica de la UPN (segunda y última parte)". *Gaceta UPN*, vol. V, núm. 14, septiembre 15, 1998. p. 12.

TOUSSAINT, Florence. *Televisión sin fronteras*. México, siglo XXI, 1998. 183 p.

UNAM. *Anuario General UNAM 1962*. México, UNAM, 1962. 409 p.

UNAM. *Anuario General UNAM 1963*. México, UNAM, 1963. 373 p.

UNAM. *Informe Universidad Nacional Autónoma de México 1998*. México, UNAM, 1998. 718 p.

UPN. *Proyecto académico 1985*. UPN. 27 p.

UPN. *Proyecto académico 1993*. UPN. 68 p.

Entrevistas.

Chamizo, Fernando. (30 de noviembre del 2000). Se desarrolla profesionalmente como Subdirector de Radio UNAM.

González, Francisco. (4 de julio del 2000). Académico relacionado directamente con las actividades de radiodifusión de la UPN.

Torres Uruga, Sara. (4 de julio del 2000). Académico ex-coordinadora de la serie *Ecos de la UPN*.

ANEXOS

LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA DE LA UPN, 1979—2000
(CUADRO SINÓPTICO)

PARTICIPANTES SERIES	AÑOS DE PRODUCCIÓN	PROGRAMAS PRODUCIDOS	DURACIÓN DEL PROGRAMA	EMISORA QUE TRASMITE	RESPONSABLE DE LA SERIE	GUIONISTA(S)
ECOS DE LA UPN (primera época)	1979-1983	216	30 minutos	Radio Educación	Antonio Noguez Carlos González	Antonio Noguez, Carlos González, Sara Torres Uruga y Misael Habana
ECOS DE LA UPN (segunda época)	1984-1989	201	15 y 30 minutos	Radio Educación	Misael Habana Sara Torres Uruga	Sara Torres Uruga, Agustín Navarrete, Lourdes de Quevedo, Wenceslao Huerta, Belinda Abud y Víctor Cruz
ECOS (tercera época)	1995 a la fecha	116	20 minutos	XEB, la B Grande de México y Radio Mil (Tiempos oficiales)	Sara Torres Uruga	Humberto Calderón Sánchez, Sara Torres Uruga y Nohemy García Duarte
CAMPANA MULTIMEDIOS	1984 a 1987	100	30 segundos	176 emisoras (por tiempos oficiales)		
	1993-1994	90	60 segundos	50 emisoras (por tiempos oficiales)	Sara Torres Uruga	Wenceslao Huerta, Agustín Navarrete, Lourdes de Quevedo y Sara Torres Uruga
	1999-2000					
PROYECCIÓN EDUCATIVA	1985-1988 1988-1990	160 50	30 minutos (Pregrabado) 45 a 60 minutos (en vivo)	Radio Educación	Arturo Domínguez	Juan Pablo Menden, Francisco González, Arturo Domínguez, Tomás Caldera
TALLER DE OREJAS	1989-1990	30	15 minutos	Radio Rin La estación de los niños (IMER)	Edmundo Cepeda	Nuria Gómez

LAS AVENTURAS DEL SABER	1995-1997	50	10 minutos	No se transmitió	Leticia Suárez y Mónica Pelayo	Leticia Suárez, Mónica Pelayo y Humberto Calderón
REALIDADES EN PALABRAS	1996	98	30 minutos	Radio Mexiquense	Ricardo López y David Cortés	Ricardo López
TOPOGRAFIA SONORA	1999	30	30 minutos	Radio mexquense	David Cortés	David Cortés y Francisco González
PARA DUENDES Y NINFA	1999	20	10 minutos	No transmite	Humberto Calderón Sánchez	Carlos González, Leticia Suárez Gómez y Humberto Calderón Sánchez

AUDIOS

LE 94	1994 a 1998	114 o 158 (en 1997) 248 o 335 (en 1998)	Variable	No se transmite	David Cortés	Francisco González
LICENCIATURA EN ENSEÑANZA DEL FRANCÉS (modalidad a distancia)	1996 a la fecha	•	Variable	No se transmite	•	•
MAESTRIA EN DESARROLLO EDUCATIVO (modalidad a distancia)	1998	•	Variable	No se transmite	•	Francisco González

(•) No se contó con la información.