

2ej. 1



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

## PROPUESTA PARA LA CONFORMACION DE UNA POLITICA DE COMUNICACION POR PARTE DE LA COORDINACION DE COMUNICACION UNIVERSITARIA

### T E S I S

QUE PARA OPTAR POR EL TITULO DE :

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P R E S E N T A :

COSME ALVAREZ ROBLES

Director de Tesis:

RAFAEL RESENDIZ R.

MEXICO, D. F.

1988



Universidad Nacional  
Autónoma de México



## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

### **DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

## I N D I C E

INTRODUCCION.....	I
CAPITULO I. EL PAPEL DE LA COMUNICACION SOCIAL EN LAS TRES FUNCIONES BASICAS DE LA UNIVERSIDAD NACIO- NAL AUTONOMA DE MEXICO.....	1
CAPITULO II. DEPENDENCIAS UNIVERSITARIAS ESPECIALI- ZADAS EN COMUNICACION SOCIAL.....	28
CAPITULO III. EVALUACION DE LAS ESTRUCTURAS UNIVERSITARIAS DE COMUNICACION SOCIAL.....	52
CAPITULO IV. DISCERNIMIENTO, SELECCION Y ORGANIZACION DE NUEVAS ESTRUCTURAS DE COMUNICACION SOCIAL UNIVERSI- TARIA.....	75
CAPITULO V. PROPUESTA SOBRE LA ESTRUCTURA DE PROGRA- MACION, LOS CONTENIDOS Y ORIENTACIONES GENERALES DE LA COMUNICACION SOCIAL UNIVERSITARIA.....	93
CONCLUSIONES.....	173
BIBLIOGRAFIA GENERAL.....	184

## INTRODUCCION:

El presente trabajo se planteó originalmente como una propuesta para la creación de una Coordinación General de Comunicación Social de la Universidad Nacional Autónoma de México. Como tema, se registró en Diciembre de 1986, y se concebía como un análisis de la situación y funciones que entonces tenían y cumplían las dependencias encargadas de difundir e informar sobre el quehacer universitario al mismo tiempo que era una proposición del "cómo" se podrían reestructurar los esquemas y objetivos de comunicación universitaria -- con objeto de crear una nueva dependencia que coordinara sistemáticamente sus esfuerzos.

Sin embargo, los hechos se adelantaron a la intención del sustentante y en Marzo de 1987 fue creada por el doctor Jorge Carpizo lo que actualmente constituye la Coordinación de Comunicación Universitaria.

De esta nueva Coordinación dependen las direcciones generales de Prensa, Televisión Universitaria y Radio UNAM, así como la dirección de Gaceta Universitaria, con lo que en primera instancia se cumpliría uno de los objetivos que planteaba el presente trabajo.

Al definirse una estructura administrativa para la comunicación social-universitaria, se decidió reubicar el objetivo de la investigación y la propuesta que la acompañaría hacia un siguiente y natural nivel: la concepción -

general de sus funciones y de los modos en que ésta se podría organizar para un mejor cumplimiento de sus tareas.

Esta es una labor que paralelamente y catalizada por los sucesos y el proceso universitario de estos años, ha sido de gran interés para buena parte de la comunidad universitaria de una u otra forma relacionada con el que hacer propio de la comunicación social.

De este modo se hace notar y se debe admitir que en gran medida, buena parte de los diagnósticos y proposiciones que se presentan en este trabajo son similares y coincidentes con los que a su vez han formulado investigadores, catedráticos y estudiantes universitarios sobre estos temas.

Sin embargo, igualmente se debe hacer el señalamiento de que las opiniones aquí vertidas son estrictamente producto del razonamiento del autor, al grado que, si bien las coincidencias son muchas, las divergencias son mayores.

Esto se hace evidentemente si se observa que en lo básico se insiste -- en subrayar que la estructura de comunicación social universitaria debe seguir dependiendo de la autoridad central de la UNAM, con la imposición de que en contraste y muy en especial en el caso que compete a este trabajo, se exija la participación real y directa de la comunidad universitaria en la definición de las líneas generales que habría de seguir una auténtica política de comunicación social universitaria.

### III

Para lograrlo, se proponen varias opciones simultáneas o elegibles: la creación de un cuerpo colegiado encargado de definir y generar políticas y estrategias; la participación y capacitación de maestros y alumnos, la -- creación de un instituto o centro de investigación aplicada en comunicación social y medios de comunicación, etc.

Por su parte y hasta donde es posible conocer, otros investigadores, -- maestros y alumnos universitarios insisten en proponer descentralización e -- independencia de los medios de comunicación de la UNAM a fin de que sean gestionados directamente por la comunidad universitaria, muy en particular por el sector que desarrolla su actividad académica y política en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

También se ha detectado una propuesta más: la que sugiere la conveniencia de que el control administrativo y técnico de los medios electrónicos recaiga en la Coordinación de Difusión Cultural o la Dirección de Extensión -- Universitaria, argumentando que por sus características, funciones y objetivos, serían las instancias más directamente ligadas al tema de la comunica-- ción social propiamente universitaria. (1)

Para ambos casos se observan algunas objeciones: en primer lugar, la -- gestión directa y única de la comunidad universitaria acarrearía el riesgo--

(1) Herner, Irene. "T.V. Universitaria en los seminarios de diagnóstico".

de la indefinición programática y de la pugna política por el control de los medios. En segundo lugar, la crítica a la estructura vertical y autoritaria que actualmente -se dice- guardan los medios de comunicación de la UNAM, no se reduciría -mucho menos se eliminaría-, si se desplazase su control a otra dependencia, como pudiera ser el caso de la Coordinación de Difusión Cultural.

Se debe buscar y alcanzar un sano equilibrio entre la necesidad de mantener una estructura de control administrativo que garantice coherencia y -- sistema programáticos en las políticas de comunicación, con la indiscutible necesidad de que la comunidad universitaria participe de manera directa en la concepción y ejercicio de estas mismas políticas. Esto, con la justificación lógica de que es precisamente la comunidad de la UNAM la que puede definir y dictar rumbos a seguir en materia de comunicación social con la fuerza del consenso y el trabajo colectivo.

En el presente trabajo se proponen de manera general y concebidas como un primer acercamiento al tema, una serie de ideas que intentan visualizar - los probables caminos a seguir para los medios de comunicación social de la UNAM, ahora coordinados por una dependencia que procura elaborar y establecer políticas comunes para todos ellos.

Cabe señalar que a pesar de que la investigación y el desarrollo de este ensayo, así como las propuestas que conforman la tesis, resultaron en un

material amplio y complejo, lo planteado aquí constituye sólo un primer paso hacia lo que habrá de significar en su momento una proposición formal sobre el papel y las posibilidades que tiene la Universidad Nacional como comunicador social, tanto hacia su interior como hacia el contexto exterior.

En tal medida, hago la aclaración de que planeo extender la investigación y el proyecto de trabajo mismo como tema a desarrollar en el nivel de maestría en Ciencias de la Comunicación, posgrado al que pienso incorporarme una vez titulado en licenciatura.

El trabajo se divide en cinco capítulos; la idea básica es que comenzando por los conceptos más generales y abstractos, se procure un acercamiento paulatino hacia la propuesta esencial de este trabajo: la necesidad de que la UNAM aproveche en mayor medida y de modo sistemático, los recursos comunicacionales con los que cuenta, procurando al mismo tiempo perfeccionar su efectividad y eficiencia (haciendo observancia de una ética social propia de su rango intelectual), vía la investigación aplicada en Comunicación Social y la capacitación y adiestramiento de nuevos cuadros humanos procedentes de sus propios centros académicos y administrativos.

Así, en el primer capítulo se establece con el fin único de contar con ellas como elementos iniciales de análisis y trabajo- las funciones primordiales de la UNAM como institución de educación superior, al mismo tiempo que se



subraya su carácter autónomo, factor que le permite transformarse a sí misma para mejorar o perfeccionar el cumplimiento de sus funciones.

Ahí mismo, se elabora una primera definición de lo que se entiende por comunicación social, información y otros conceptos propios de la disciplina conocida como "Ciencias de la Comunicación".

Mediante el razonamiento que propone que ambas áreas (la correspondiente a las funciones universitarias y la que se basa en los temas propios de la comunicación social) pueden constituir elementos estructurales de la organización y función universitaria, se establece la idea de que si se planea y sistematiza un mejor uso de los medios de comunicación universitarios en apoyo al cumplimiento de las funciones impuestas a la UNAM, la actividad e influencia social de éstas puede ser incrementada notablemente.

El segundo capítulo describe tanto funcional como orgánicamente, a las diversas dependencias universitarias encargadas de informar y difundir el que hacer de la UNAM por conducto tanto de sus propios medio de comunicación como en los espacios y tiempos de los diversos medios externos.

Una vez descritas estas funciones, en el siguiente capítulo se procede a elaborar un análisis crítico. Los resultados de esta labor arrojan diagnósticos diversos, algunos apuntando a la necesidad de reformar o hasta eliminar algunas estructuras, usos y costumbres en comunicación social universitaria - mientras otras conclusiones demuestran la conveniencia u oportunidad de con-

servar la instituido al comprobarse su capacidad comunicacional.

El cuarto capítulo contiene ya las primeras propuestas formales.

Se sugiere la creación de un cuerpo colegiado o asesor, que representando a todos los sectores universitarios interesados o que intervienen directamente en el fenómeno y la práctica de la comunicación social, procure establecer las líneas y políticas generales a seguir por la Coordinación de Comunicación Universitaria en los diversos medios de la propia casa de estudios.

Estas políticas, se señala, deberán contemplar por sistema la necesidad de otorgar igual interés y esfuerzo comunicacional a cada una de las funciones universitarias con el objeto de dar cumplimiento a los cometidos que se le imponen a la UNAM.

Asimismo, se plantea la posibilidad de que se agreguen a la actual estructura orgánica algunas subdependencias expresamente dedicadas a la búsqueda de nuevas fórmulas y modelos de información y comunicación especialmente en los medios electrónicos, recursos comunicacionales sobre los que se pone énfasis.

El quinto capítulo se concentra en la propuesta de una nueva concepción de programación y políticas de comunicación social para la UNAM.

Tomando en consideración el objetivo de fortalecer y ampliar en la mayor medida posible y por conducto de los medios de comunicación universitarios, - las funciones esenciales de la UNAM, se propone una estructuración interdependiente y orgánica de la radio, la televisión y la prensa universitaria, con - la investigación, la docencia y la extensión.

Esta interdependencia se manifestaría en una serie de "instancias", de acuerdo a la yuxtaposición de un medio con una función; a su vez dicho enfrentamiento se situaría en varios niveles, no necesariamente únicos o irrenunciables, puesto que fueron seleccionados arbitrariamente por el sustentante, pero si lógicos y aplicables en su concepción.

Otra propuesta formal contenida en este capítulo es la que indica la - - conveniencia de crear un Instituto o Centro de Investigación aplicada en Ciencias de la Comunicación; esta dependencia revisaría las posibilidades reales que tuviesen las propuestas procedentes tanto de las subdependencias mencionadas líneas atrás, como las del cuerpo de asesores o aún la propia Coordinación de Comunicación Universitaria.

Asimismo, podría significar un centro de adiestramiento y capacitación - no sólo para trabajadores y técnicos universitarios, sino también para maestros y alumnos de las diversas instituciones universitarias que por su naturaleza y funciones, cuenten con el interés o la necesidad de incursionar en la comunicación social.

Por supuesto está de más hacer comentarios sobre la importancia que para maestros y alumnos de Ciencias de la Comunicación podría tener un Instituto como el propuesto, como fuente de trabajo y lugar de estudio o investigación.

Por ello, debe señalarse que esta dependencia -se subraya- centraría sus esfuerzos y labores en la aplicación directa de las teorías comunicacionales. Esta orientación resulta muy necesaria toda vez que gran parte de los objetivos que perseguirían las nuevas estructuras sugeridas, serían los de la definición y aplicación de nuevos lenguajes, fórmulas y modelos comunicacionales.

## CAPITULO 1.- EL PAPEL DE LA COMUNICACION SOCIAL Y LAS TRES FUNCIONES BASICAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO.

En principio, el presente trabajo sostiene que un enriquecimiento sustantivo de la actividad institucional de la UNAM, se lograría adicionándole a las -- funciones básicas de ésta (y desde una perspectiva que la conciba como una estructura orgánica en la que tanto sus funciones como las instancias físicas encargadas de desarrollarlas son entendidas como un todo estructuralmente organizado) un elemento más, que en principio podría ser definido como el de la Comunicación Social: los medios y recursos mediante los que se efectúa ésta.

De esta manera, y para partir igualmente de una base teórica indispensable y sencilla, se empezaría por la definición de los principales elementos que intervienen de una u otra forma en esta concepción.

Así tendríamos que conceptualizar términos tales como el de Comunicación Social, Información, Docencia, Investigación y Extensión, por ejemplo, para que a partir de ello, se pudiese iniciar el planteamiento general de este trabajo.

En el artículo primero de su Ley Orgánica, la UNAM define claramente sus objetivos básicos y además plantea lo que para efectos de la presente tesis es un punto central: su capacidad de reestructurarse a sí misma si sus órganos de gobierno lo estiman necesario, para una mejor consecución de dichos objetivos:

"Ley Orgánica de la Universidad Nacional Autónoma de México. Artículo 1º: La Universidad Nacional Autónoma de México es una cooperación pública, organismo Descentralizado del Estado dotado de plena capacidad jurídica y que tiene por fines impartir educación superior para formar profesionistas, investigadores, profesores universitarios y técnicos útiles a la sociedad; organizar y realizar investigaciones, principalmente acerca de las condiciones y problemas nacionales, y extender con la mayor amplitud posible, los beneficios de la cultura. (1)

Tal posibilidad, se refuerza en el segundo artículo de la Ley mencionada, en su fracción Primera: "La Universidad Nacional Autónoma de México tiene derecho para organizarse como lo estime mejor, dentro de los lineamientos generales señalados por la presente Ley (2).

En este trabajo se sostiene que un enriquecimiento sustancial de estas funciones universitarias, no solo en eficiencia y alcances sociales, sino incluso en contenidos académicos y de carácter propositivo, se alcanzaría mediante la redefinición programática de la Coordinación de Comunicación Universitaria.

El fenómeno de la comunicación social en la actualidad, es un aspecto que particularmente en el ámbito de la educación superior y la cultura no es desconocido, pues no existe prácticamente área científica o tecnológica que no conciba y acepte las posibilidades que encierra este fenómeno social como técnica de trabajo y difusión hacia la sociedad en su conjunto.

De hecho, y partiendo de algunas definiciones de diversos teóricos sobre lo que se entiende acerca de los conceptos que se involucran en la disertación de esta temática, así como de lo que en lo personal el autor de este trabajo propone de los mismos, en este capítulo se razona sobre la aplicabilidad e importancia que los medios de comunicación social pueden tener para el enriquecimiento y aplicación de las funciones básicas de nuestra Universidad.

En materia de ciencias sociales, que es donde se ha encuadrado a las ciencias de la comunicación como disciplina profesional, no existen los absolutos. En la actualidad, y desde diversos enfoques generalmente inspirados en interpretaciones y posiciones ideológicas y políticas, se han definido la Comunicación Social, la información y otros conceptos afines, de muy distintas formas; de la lectura y análisis de varios autores que tratan estos asuntos, se han rescatado algunas ideas que pueden ser útiles para presentarnos una primera aproximación al tema.

Por principio de cuentas, tenemos que la comunicación es concebida como un fenómeno natural y universal de los hombres, tanto como individuos como en sociedad; que es elemento básico para la difusión, sobrevivencia y recreación de la cultura; que se requieren condiciones específicas para que ésta se lleve a cabo y que en general, el fenómeno de la comunicación a nivel social, se da en base a las relaciones sociales que definen el ambiente cultural e ideológico en que ésta se desarrolla.

Al admitirse que en su nivel social, la comunicación requiere de medios tecno-

lógicamente desarrollados para su realización amplia, se subraya también - que debe ser aspiración deliberada de emisores y receptores de tal comunicación, el que se cuente con la posibilidad de invertir y asumir ambos roles, para que se pueda considerar como tal, cumplido el círculo ideal del fenómeno comunicativo, es decir, en función de una efectiva retroalimentación - informativa, capaz de lograr influencias recíprocas entre los actores de la comunicación con el fin de provocar movilidad, transformaciones y readecuaciones de conducta y actitudes sociales.

En este punto se puede incorporar el argumento inicial de este trabajo: al tener la UNAM por funciones esenciales la recreación y mantenimiento de la cultura nacional y universal, y contar para ello con un sistema definido de actividad docente, de investigación y difusión de dicha cultura, se puede - considerar que esta labor tiene un carácter eminentemente comunicacional. Esto - es: la Universidad es un elemento que ejerce básicamente la comunicación - social para alcanzar sus metas y cumplir con los fines que se le han asignado.

Estas funciones, hasta la actualidad, se han concebido como actividades desarrolladas bajo sistemas, métodos y estrategias tradicionales incluso a escala mundial.

Se trataría entonces (y ya que se parte de la idea de que la Universidad como insitución, es una instancia especializada y avocada a la comunicación social) de que se esfatizara y asumiera con todas sus implicaciones y consecuencias,-



el proyecto de llevar a la función social de la Universidad, la capacidad que le podrían aportar los medios de comunicación social como difusores de cultura y como formadores de conciencia colectiva.

Así podríamos definir tentativamente al concepto de comunicación universitaria como el proceso que interrelaciona estructuralmente las funciones institucionales de la Universidad por conducto de los medios de comunicación y los recursos y características particulares que éstos tienen.

Este proceso se realiza tanto al interior como hacia el exterior de la propia Universidad. Al interior, procurando reforzar la consecuencia científica y cultural que debe existir entre las funciones universitarias; al exterior, la difusión de los beneficios de la ciencia y la cultura se ampliaría y llegaría a más individuos.

A estas alturas, parece que queda claro que los medios por sí mismos no significan algo negativo como orientadores de actitudes sociales. Es entendido que el contenido manipulador y enajenador que en efecto pueden tener, se basa principalmente en el interés defendido por quienes los detectan.

Tendríamos que imaginar entonces que papel podría jugar en el contexto social si se orientan sus contenidos hacia causas más universales y pluralistas en lo ideológico y cultural.

La Universidad potencialmente tiene una gran posibilidad al respecto, especial

mente tratándose de la Universidad Nacional de México, donde toda una tradición política converge en modelo de convivencia académica que en lo práctico ha demostrado mas de una bondad.

Sin embargo, tendríamos que pensar también en los riesgos y limitaciones que esta fórmula complementaria a la función universitaria podría acarrear. Este riesgo y dichas limitaciones se detectan en una de las características de la propia Comunicación Social: al desarrollarse ésta básicamente a través -- de lo que llamamos "medios de comunicación electrónica" -- aún cuando no es -- así en sentido estricto--, nos vemos en la necesidad de entender que esencialmente el proceso de la comunicación se realiza fundamentado en la mecánica -- de la información.

Robert Escarpit (3) nos explica que si se admite como hipótesis "que la comunicación es el transporte de una entidad mensurable llamada arbitrariamente -- información... Resulta ya posible decir que la comunicación es un acto y la información es su producto"

Goded, retomando la definición que J. Singh presenta de la información, nos dice que ésta "es la medida de la reducción de la incertidumbre sobre un objeto de la realidad a través de un mensaje. La información, la cantidad de información es proporcional al número de señales alternativas que un código puede transmitir. En este sentido, la información es la medida de la libertad de elección de un emisor al escoger un mensaje del conjunto de mensajes -- disponibles"(4).

De la definición anterior, podemos deducir entonces, que al ser la información mensurable y elegible, puede adquirir un carácter relativo, limitado y aún tergiversado, si quien detenta el control sobre el medio de comunicación a través del cual se emite ésta, así lo decide.

Mucho de lo que los analistas y teóricos de la comunicación ha disertado sobre este punto, se concentra en este "riesgo" que la información le plantea a la sociedad donde se produce. Desde las concepciones apocalípticas hasta las integradas coinciden en señalar que la información viene a ser un producto deliberadamente elaborado para la consecución de ciertos fines.

Y así es en efecto, pero se requiere al mismo tiempo considerar las opciones positivas que esta característica encierra. La Universidad, si admitimos que ciertamente es una instancia social especializada, o si se prefiere, dedicada a la difusión de un nivel cultural de la sociedad y a la preparación de los cuadros humanos que se encargan de aplicarlo, es también una institución que hace de la comunicación social su paradigma.

En tal sentido, y al admitir que la información es producto acabado de la comunicación social como acto humano, deberemos asumir la posibilidad de -- considerar a la información como el producto con el cual se trasmite esta cultura social que la Universidad sistemáticamente distribuye.

Por lo mismo, y tal vez en consonancia con ciertos postulados que asientan -- que en la Universidad se difunden cuadros profesionales convenientemente pre

parados para el sostenimiento de un sistema social determinado por los intereses hegemónicos, podríamos suponer que la información educativa, científica y cultural que la Universidad emite se encuadra en cierto sentido determinado por la elección previa de su contenido y objetivos.

Pero en otro sentido, y considerando que en particular la Universidad Nacional ha adquirido un carácter multidisciplinario, pluralista y obligadamente comprometido con postulados sociales que le impusiera un movimiento social de la magnitud y la trascendencia que tiene todavía la Revolución Mexicana, poder argüir que incluso tal limitación se diluye en gran medida.

Si bien es cierto que gran parte de los cuadros políticos y administrativos-- que gobiernan México han adquirido su preparación en el campus de la UNAM, -- también lo es que el análisis crítico de nuestro sistema, que los liderazgos más coherentes y realistas de la oposición, que los avances científicos y las manifestaciones culturales más auténticas y elaboradas, han encontrado su -- origen y desarrollo en esta misma Universidad.

Por ello, y en pleno desacuerdo con lo sustentado por Adolfo Gilly (5) no se podría aceptar que en particular, la UNAM sea única y exclusivamente una generadora de ideología imperialista o de cuadros específicamente destinados a -- fortalecer el "status" actual.

Así, se puede reforzar la idea de que en la UNAM, si bien se emite información como materia resultante de los procesos comunicacionales que hemos definido -- para ella, esta -la información- cuenta con una amplia gama de opciones de --

elegibilidad, tanto de emisión como de recepción que potencialmente implica una gran riqueza de contenidos.

Se trata, para garantizar que esta multiplicidad pluralista de contenidos -- académicos, científicos y culturales sea difundida sistemática y programadamente, ahora incluso a través de los medios de comunicación social universitarios, que se considere la planeación de este sistema en función y apoyo de los proyectos académicos, de investigación y difusión de la cultura que la Universidad institucionalmente lleva a cabo.

De esa forma, además de ser consecuente con sus objetivos y funciones, la Universidad podría contar con una herramienta de fundamental importancia para adecuar su labor a nuevos alcances sociales, tanto por su efectividad técnica, como por su penetración pedagógica y psicosocial.

Por otro lado, y con base en la definición que sobre el concepto de información se había asumido líneas atrás, al ser un elemento mensurable, la información que se podría transmitir a través de los medios de comunicación universitaria, podría ser mayor, ya que parte del compromiso que se contraería con la comunidad universitaria e incluso mexicana, sería el de proporcionarle dicha información con la calidad y amplitud que la presentación de diversas interpretaciones y el nivel correspondiente en todo sentido a la Máxima Casa de Estudios, le pueden otorgar.

Sobra el llegar a dudar de la utilidad social de un nuevo modelo de comunicación social para México. En las circunstancias reales que se viven en el país, pa

recería corresponderle a la UNAM el reto de hacerlo.

En el marco en que se está elaborando el presente trabajo, concretamente en lo que se refiere a la problemática universitaria, se están presentando ya a la luz pública los primeros intentos por llevar la UNAM a la sociedad por conducto de un sistema universitario de comunicación social.

Dichos intentos, lo que resulta interesante por su simultaneidad, se dan -- tanto desde los sectores institucionales de la UNAM, como desde los sectores independientes que cuentan con un enfoque distinto y crítico sobre este -- tema (6)

Si nos damos el lujo de esquematizar en dos partes la opinión universitaria sobre los retos y posibilidades de la UNAM en comunicación social podemos -- incluso notar que existe coincidencia entre ellos, cuando ambos aseveran que se cuenta desde ahora con los recursos técnicos y humanos para llevar a cabo un programa definido y práctico en este renglón.

La UNAM cuenta no solo con la posibilidad de la emisión o transporte de mensajes, sino también con el conjunto de condiciones que hace posible el fenómeno comunicativo, que como se asienta antes, es natural función de la Universidad como difusora de conocimientos.

Para lograr coherencia y correspondencia entre lo que se trataría de difundir como materia informativa universitaria, y lo que la misma Universidad -

produce como conocimientos académicos, científicos y culturales a través de sus sistemas "tradicionales" escolarizados, de investigación y de extensión, se tendría que conceptualizar de entrada lo que la Universidad hace en este ámbito.

Como el mismo artículo primero de la Ley Orgánica de la UNAM lo define, las tres funciones básicas de la Universidad son la Docencia, la Investigación y la Extensión de la Cultura.

Cada una de ellas en la actualidad cuenta con sus propias concepciones, mecánicas y sistemas de trabajo; idealmente existe entre ellas una íntima ligazón de consecuencias, en cuanto se concibe que lo producido en forma de conocimientos y expresiones culturales por cada una, debe coadyuvar al crecimiento y perfeccionamiento de las otras.

Sin embargo y por diversas razones que no son precisamente el objeto de estudio de este trabajo, dicha interrelación no se lleva a cabo de manera metódica: existe desconexión y desfase entre la academia y la investigación científica, entre éstas y la difusión de la cultura, aún cuando por lo menos en lo que se refiere a extensión académica existen programas que procuran llevar conocimientos propios del nivel universitario a la sociedad en su conjunto.

Conceptualizar cada una de estas funciones no nos ayudaría a tener una imagen precisa de lo que se entiende y aplica de ellas en la UNAM; por ello, resulta

ría más práctica una interpretación personal, basada en el conocimiento directo que se tiene de ellas, gracias a la cercanía con que se les ha conocido y a la experiencia directa adquirida como estudiante y analista de sus labores institucionales.

La docencia, es la función primordial de la Universidad y se explica por el ejercicio académico escolarizado cotidiano y progresivo en complejidad y -- profundidad de conocimientos que son impartidos por y en el conjunto de Escuelas, Colegios, Facultades e Institutos que conforman la estructura escolar de la Máxima Casa de Estudios.

En la UNAM se imparte desde el nivel medio superior hasta el posgrado, es -- decir, en áreas educativas ligadas ya directamente a la formación de fuerza-de trabajo profesional y especializada.

Los sistemas y métodos de enseñanza-aprendizaje empleados en la UNAM son diversos, y como lo demuestra su desarrollo histórico, son producto de circunstancias y necesidades objetivas presentadas durante su evolución como institución de educación superior. Es notorio que el desarrollo mismo de la Universidad Nacional se ve ligado frecuentemente a los problemas y retos educativos del país, así como a situaciones y estilos políticos de gobierno.

De esta manera, se puede notar la relación entre la creación del Colegio de Ciencias y Humanidades y el sexenio de Luis Echeverría; la ampliación de las instalaciones de educación profesional y el régimen de López Portillo, por --



hacer referencia a los casos recientes, ya que la edificación de la misma - --- Ciudad Universitaria es producto de la concepción funcionalista de la educación superior que tuvo el gobierno de Miguel Alemán.

En los sistemas que se utilizan concretamente para la preparación de profesionales, también se nota una especie de herencia ideológica y de concepción misma -- de la carrera, que se refleja en los métodos académicos empleados.

De esta forma, los sistemas aplicados en Facultades como la de Derecho, Contabilidad y Odontología, difieren sustancialmente de los que relativamente en épocas recientes se han decidido para, por ejemplo, los Colegios de Ciencias y Humanidades.

Sin embargo, entre ellos existen factores comunes, siendo los más evidentes: sus metas por formar profesionistas y técnicos útiles para nuestra sociedad; el carácter acorde que en ellos se percibe respecto a los postulados institucionalizados por la Revolución Mexicana; la defensa y sostenimiento de la libertad de cátedra casi como dogma de educación y, en resumen, la idea básica de que a través de la educación el pueblo mexicano superará su ancestral subdesarrollo.

Entre los métodos educativos ejercidos en la UNAM, y que como se sostiene líneas atrás, pueden ser entendidos expresamente como formas o modelos del fenómeno de la comunicación, sobresalen los siguientes:

a) El que se puede considerar como "clásico", y que consiste generalmente en la exposición de la cátedra por parte del maestro, con el eventual planteamiento de dudas y aportaciones por parte del alumno.

Este esquema es utilizado generalmente en escuelas y facultades, como Leyes, -

Medicina, Contaduría, Odontología entre otras. Estos sistemas, responden en general a una concepción social determinada por los sectores sociales ideológicamente más conservadores y de carácter sociológico urbano.

A nivel de información, entendida como el producto del proceso comunicativo-que se da en este método de enseñanza-aprendizaje, se puede decir que el mensaje que reciben los receptores-alumnos, es claramente escogido o seleccionado casi arbitrariamente de entre todo el bagaje con el que potencialmente -- cuentan tanto el catedrático como la autoridad académica para orientar una -- materia.

Por ello, se considera que la información recibida en este caso, tiene un mínimo de variabilidad o posibilidad de alternativas críticas, de no ser por - la particular convicción del alumno de obtener otros datos informativos a través de otras fuentes.

b) El método "participativo", que se basa en la participación constante y sistemática de ambas partes en el proceso comunicacional, y en donde tanto el -- maestro, -originalmente supuesto como emisor- y el alumno-teóricamente situa-do en el rol de receptor-, cuentan con un papel central en el proceso de enseñanza-aprendizaje, al grado de que en gran medida la evaluación final se funda-menta en el grado de intervención y aporte académico con que haya colabora-do el "receptor" de la información educativa.

Este método ha sido empleado en los Colegios de Ciencias y Humanidades y en -

Facultades como las de Economía, Ciencias, Filosofía y Letras y Ciencias Políticas y Sociales.

Tal sistema a su vez, es resultado de una concepción más avanzada de la educación superior. Contempla la necesidad de implementar métodos de enseñanza de contenidos y orientaciones pluralistas. Sociológicamente, este método ha sido asumido por los sectores más culturizados de nuestra sociedad, implicandose en él además, la incorporación de elementos humanos de otros sectores, en lo que podría ser una muestra de movilidad social.

En su nivel de fenómeno de comunicación, y concretamente referido a su manifestación como mecánica informativa, este sistema se presenta algo más acabado como proceso comunicacional, ya que en él se perciben mayores opciones de elección de material informativo y de retroalimentación.

Se puede decir que en sí, este sistema cuenta con las características fundamentales que se esperan y suponen de un círculo o proceso de comunicación, -- donde un emisor original obtiene respuesta inmediata y enriquecida obligatoriamente, de parte del receptor primario, quien a su vez cuenta con la alternativa de convertirse en emisor. A ésto habría que agregar la codificación -- alterna de datos por parte de ambos, en función de que el proceso se da en grupo, con intervención multiplicada de varios emisores, amén de lo que se -- adquiere como información a través de otras fuentes documentales.

c) El sistema de Universidad Abierta, implantado desde 1972, y que progresiva

mente ha venido demostrando su eficacia sobre todo en aquel sector de la población que difícilmente podría sostener su aplicación en métodos que exigen presencia y participación activa y constante en la impartición de clase "ortodoxas". Sus métodos procuran el avance sistemático de conocimientos por -- parte del alumno basándose en su esfuerzo personal. Sociológicamente es muy variado el origen del sector estudiantil en este sistema, aún cuando parecen sobresalir aquellos que ya cuentan con una fuente de trabajo de nivel medio, sin preparación profesional previa, pero con fuertes aspiraciones para aprovechar las opciones de movilidad social que presenta la UNAM.

Como modelo de comunicación, la información que se origina en este sistema-- educativo resulta ser el más unilateral y limitado en opciones de interrelación personal entre emisor y receptores. Se esfuerza la posibilidad de obtener y seleccionar información sólo a través de fuentes documentales y consultas limitadas en número, con un tutor.

Políticamente, este sistema es producto de la concepción que sobre la educación superior se tuvo durante el régimen de Echeverría, para presentarle -- a sectores urbanos de las clases medias, la posibilidad de ascender -- en la escala social con base en la superación de los niveles de capacidad profesional.

d) El recurso que particularmente interesa al tema de este trabajo, utilizado hace algunos años de diversa manera y en forma circunstancial, que se basó -- en el aprovechamiento de la televisión como elemento educacional, y que --

además de sus evidentes deficiencias por falta de planeación y concepción científica, ha sido justificadamente criticado por el oportunismo político que le dió vida, en detrimento, alguna vez, de las reales aspiraciones de la Universidad (7).

Cabe señalar, sin embargo, que este experimento no corresponde como novedad a la administración universitaria que lo ideó como factor de presión política: años antes, en la década de los cincuentas, la Facultad de Medicina ya había intentado la creación de un circuito cerrado que eventualmente aportaría información actualizada en esta ciencia a los alumnos y maestros de esta carrera.

En este renglón es cuando se puede empezar a suponer y argumentar sobre el carácter que el proceso comunicacional que se genera por conducto de los medios de comunicación electrónica puede y debe tener para alcanzar y cumplir con las metas de comunicación social universitaria.

Por un lado se tendría que mejorar el nivel de calidad, de cantidad y penetración de los mensajes difundidos en este modelo; por otro, se tendría que idear una fórmula que permita el acceso a los receptores para poder fungir como emisores de mensajes.

Esta propuesta tendrá su desarrollo más adelante.

Por lo que toca a la función universitaria de la investigación, que tanto puede ser propiamente científica como encaminada a las materias humanísticas

se puede decir que como extensión y complemento enriquecedor de la labor docente así como función dirigida a alcanzar la autosuficiencia científica y tecnológica de México, la UNAM cuenta con una importante infraestructura en el ámbito de la investigación tanto en humanidades y ciencias sociales, con la que se procura conocer las condiciones y problemas nacionales, como en ciencia y tecnología propiamente y mediante la cual se busca la sustitución de importación tecnológica y la creación de una tecnología aplicable a las condiciones reales del país, en cuanto a sus potencialidades y capacidad se refiere.

No se puede negar que los aspectos sobre los que enfatiza esta labor, son aquellos que los que el país mayormente requiere encontrar soluciones tecnológicas. Las materias y proyectos en desarrollo abarcan desde la investigación en ciencias básicas, hasta aquellos de probable aplicación inmediata; desde aspectos netamente teóricos, hasta los relativos a innovación y aplicación práctica tecnológica.

En el área de humanidades igualmente se refleja un interés real por analizar y presentar propuestas para la solución de graves y grandes problemas sociales nacionales. Se estudia en indigenismo, urbanismo, problemática agraria, económica, laboral, legislativa, etc.

En ambos casos, la investigación procura ser crítica y propositiva, configurándose con ello la Universidad como un laboratorio auténtico de análisis y reflexión sobre las condiciones nacionales en estas ramas de la vida humana.

En gran medida se debe a la UNAM que todavía el Estado y el país en su conjunto, puedan contar con una institución formadora de cuadros científicos, políticos y administrativos independientemente de la influencia alienante y reaccionaria de varias de las Universidades privadas que compiten con la Universidad Nacional.

La pluralidad ideológica mencionada antes, así como el efectivo respeto a la libertad de cátedra, garantizan una formación académica realista, y ello se refleja también en el contenido y orientación de las labores de investigación de esta casa de estudios.

Por otra parte, cabe señalar respecto a las deficiencias que tiene en algunas áreas la labor educativa de la UNAM, que la investigación guarda un primer nivel de excelencia en el contexto nacional pues de muchas formas, el trabajo que se lleva a cabo en este sentido, es pauta y ejemplo para el resto de los centros de investigación del país.

Sin embargo, esta función universitaria adolece de un defecto que demerita en mucho sus alcances: a pesar de ser concebida, como se decía líneas atrás, como complemento de la docencia, la investigación de la UNAM se ha divorciado de su compromiso convirtiéndose cada vez en mayor medida en una isla llena de esoterismo para casi la totalidad de la comunidad universitaria, con el consecuente debilitamiento de los niveles académicos de esta casa de estudios.

Tendría que ser reto para los tiempos por venir, buscar una interrelación --

directa y consecuente, entre por lo menos, la docencia y la investigación uni  
versitaria, de tal forma que lo investigado, los avances logrados en cualquier  
rama de las ciencias, tuviese aplicaciones en los contenidos y sistemas de -  
enseñanza escolarizada de todos los niveles. Se trataría de que en las mis  
mas aulas se expusieran estos avances, que los alumnos los conocieran y tra  
bajaran sobre ellos; que tuviesen la posibilidad, si no de aportar ideas sobre  
esos aspectos, si de colaborar, una vez egresados, en esos mismos proyectos -  
con conocimientos de causa.

Por ello, y al igual que en el caso de la docencia, para la investigación --  
universitaria podría ser de gran importancia la utilización y aprovechamiento  
de los recursos comunicacionales que se proponen en esta tesis, pues tanto --  
para la propia Universidad como para la sociedad en pleno, vendría a ser un -  
elemento formativo de gran trascendencia la difusión debidamente concebida y-  
proyectada para los medios de comunicación social universitaria, del quehacer  
científico que se lleva a cabo en nuestra casa de estudios.

Así, y sin sacrificar del todo (pues habría que pensar incluso en transfor--  
marlos) los sistemas académicos vigentes, el alumnado de la UNAM podría te--  
ner acceso a la difusión de los avances científicos de la institución, en -  
el mejor de los niveles de exposición posible.

Sería necesario para ello, la creación de una rama de las ciencias de la comu  
nicación que imparte la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, dedicada a  
la enseñanza del periodismo científico, tanto a nivel de prensa como de medios



electrónicos. Este punto también será planteado en su oportunidad.

La tercera función institucional de la UNAM es la denominada como Extensión de la Cultura, que radica principalmente en aquella labor encaminada a ofrecer tanto a la propia comunidad universitaria como al pueblo de México, -- los beneficios que este aspecto de la vida ofrece a los individuos, sectores y clases sociales que conforman nuestra sociedad.

Al igual que la investigación, en primera instancia es considerada como complemento de la formación educativa de alumnos y maestros, cumpliéndose además, el compromiso contraído con la población que sostiene a la UNAM, para llevar con inmediatez, con la calidad y los alcances posibles, el enriquecimiento cultural que se presenta como meta de la labor universitaria.

Las actividades artísticas y culturales que la UNAM desarrolla para cumplir con esta función son las tradicionalmente concebidas en el mundo occidental como "Las Bellas Artes", esto es: el teatro, la música clásica y popular, la danza, el cine, la pintura y escultura, el diseño arquitectónico, etc.

Para ello, la UNAM cuenta con una completa y avanzada infraestructura material y con un equipo humano de calidad reconocida, que la ubican en el contexto nacional como ejemplo a seguir.

El Centro Cultural Universitario, la Filmoteca Universitaria, el Taller Coreográfico, son solo algunos ejemplos que demuestran esta aseveración. Pero, y

como repetición de la problemática referida en los casos de la investigación científica de la UNAM, en la extensión de la cultura también se perciben deficiencias y limitaciones que la alejan de sus objetivos: esta función prácticamente se circunscribe al propio campus y al sector de la comunidad universitaria que como élite de excepción, se interesa y participa más o menos cotidianamente en la actividad cultural.

La gran mayoría de la población universitaria permanece absolutamente ajena y solo ocasionalmente acude a estas áreas de esparcimiento y enriquecimiento -- cultural.

Las causas parecen ser varias, entre ellas sobresale la ubicación de las instalaciones dedicadas al arte y la cultura dentro del campus universitario; la difusión deficiente y limitada; la pobre promoción, o por lo menos, lo equivocado de su planeación; la reducida información que tiene la sociedad en su -- conjunto sobre la importancia formativa de la actividad cultural y artística, lo que conlleva a un desinterés lamentable, y en fin, el resultado que se obtiene cuando el Estado en sí, no ha sabido encontrar y aprovechar los recursos necesarios para orientar al pueblo hacia una real y verdadera formación-- educativa integral, que viene a reflejarse en la UNAM, como producto triste-- mente acabado.

Si en los casos de la docencia y la investigación, este trabajo concibe las posibilidades que encierra el aprovechamiento sistemático de la capacidad informativa que vendría a tener un Plan de Comunicación Social maduramente idea

do y proyectado, para la difusión cultural esta proposición es más que evidente, pues las características estéticas y de hecho el interés humano que por sí mismas contienen las artes, las hacen un material plástico fácilmente aprovechable como elemento de comunicación.

Al igual que en el caso de la investigación e incluso de la misma docencia,-- resultaría como un primer paso a seguir la concepción aplicable de fórmulas de lenguaje y códigos visuales y auditivos que los medios de comunicación tienen como tales, para poder construir con ellos una alternativa real y eficiente de política comunicacional con las características que requeriría un modelo universitario.

En este punto, podemos argumentar que se cuenta por lo menos con los elementos básicos para enfrentar el problema: por un lado tenemos el hecho sostenido que la función universitaria se fundamenta en procesos comunicacionales.

Esto nos lleva a sostener que docencia, investigación y difusión cultural -- son fenómenos propios de la comunicación social, sólo que hasta el momento -- utilizados desde perspectivas tradicionales y no exentas de limitaciones. Sin embargo, potencialmente, y eso es lo que se quiere aprovechar, guardan la posibilidad de ser igualmente difundidos como elementos informativos a través -- de medios y sistemas de comunicación social que denominaríamos, para diferenciarlos del resto de los existentes, como universitarios.

Tendríamos que entender entonces la labor universitaria como una estructura --

cuyos factores funcionales y orgánicos más importantes, se encuentran íntimamente ligados entre sí, al modo de una concepción teórica de estructura.

Así, y como la misma legislación y el sustentante de este trabajo lo entienden, la docencia, la investigación y la difusión cultural son consecuentes - entre sí, parte de un mismo fenómeno en diversos niveles de acción social. Del mismo modo, el fenómeno de la comunicación que se da entre ellas y hacia el exterior de la institución, así como el producto por el cual se manifiesta dicho fenómeno, es decir la información, si bien ahora no son considerados - sistemática y programáticamente como elementos propios de la función universitaria, podrían muy bien ser considerados como tales.

La Universidad podría ser entonces, una estructuración de instituciones académicas, de investigación científica (en su más amplio sentido) y de difusión y actividad artística y cultural, que en su conjunto están encargadas de la recreación, salvaguarda y práctica de la cultura nacional y universal, teniendo como método, simple y llanamente, al de la comunicación humana.

Tomando como premisa el alto grado de desarrollo que han alcanzado los medios de comunicación social en este siglo, podríamos aspirar a reforzar y complementar este proceso de comunicación en todos sus niveles, tanto entre el conocimiento producido por cada institución para que se difunda a las otras, -- como el que se genera y difunde desde la institución o instituciones hacia -- la población estudiantil y general.

Se trataría de sublimar en la medida de lo posible, el carácter informativo y comunicacional que las funciones de la UNAM tienen, aprovechando para ello la capacidad de penetración y amplitud que tienen los medios de comunicación social.

Se podría reforzar la ligazón estructural de los órganos físicos así como -- la que se aspira para las funciones de la Universidad Nacional, si se aplica a ella toda la potencialidad que los recursos comunicacionales modernos pueden otorgarle.

Sin embargo, y para conocer las reales posibilidades de incidir en la actividad universitaria a través de la comunicación social, es menester conocer la estructura, objetivos, capacidad y naturaleza de los medios de comunicación-- con los que cuenta la UNAM en este momento.

Conociéndolos por lo menos desde una perspectiva general, podemos anticipar -- lo que se habría de proponer para conformar con todos ellos, y en función de los objetivos y funciones de la Universidad, un sistema de comunicación social universitario.

NOTAS:

- (1) Ley Orgánica de la UNAM. "Legislación Universitaria" Oficina del Abogado General. Dirección General de Estudios de Legislación Universitaria. México, 1985. (151 pp ). pág. 9
- (2) Idem. pág. 9
- (3) Escarpit, Robert. "Teoría General de la Información y la Comunicación" Edit. Icaria. Barcelona. 1981. (318 pp.) pág. 135.
- (4) Goded, Jaime. "100 puntos sobre la comunicación de masas en México". Universidad Autónoma de Sinaloa. México 1979 (179 pp) pág. 152
- (5) Gilly, Adolfo. Revista "Nexos", No. 116. México, 1987. págs. 51-59.
- (6) En fechas recientes, cierto sector de la comunidad universitaria ha venido realizando foros de discusión y propuesta para la reelaboración de la estructura y orientación de la televisión universitaria. Algunos-- de ellos han presentado propuestas concretas al respecto, como son los- casos de Fátima Fernández Christlieb, con el documento "Hacia un modelo propio para la Televisión Universitaria"; Delia M. Covi, "Hacia una conceptualización de la TV-Universitaria educativa"; Hilda Bustamente. "Televisión Universitaria: el caso de Orientación Vocacional"; Jorge F. Paniagua, Alejandra Gilling y Alicia Violante, con un "Programa de TV-Educativa de la Facultad de Ingeniería", y otros.

(7) Fernández Christlieb, Fátima, et. al. "Televisa, el Quinto Poder" Edit.

Claves Americanas, México. 1985 (237 pp) págs. 99 - 110.

CAPITULO II.-DEPENDENCIAS UNIVERSITARIAS ESPECIALIZADAS EN COMUNICACION -  
SOCIAL.

A inicios del presente año, la rectoría de la UNAM decidió agrupar bajo el control y dirección de una sola dependencia, a todos los órganos de comunicación social con que cuenta. Para ello, se creó la Coordinación de Comunicación Universitaria.

De ella depende ahora tanto la labor de prensa como la televisión universitaria, Radio Universidad y la Gaceta UNAM. Sin embargo, la estructura y organización de cada una de estas dependencias sigue siendo la misma, por lo que el haberlas hecho depender orgánicamente de una instancia superior, hasta el momento no indica sino que se intenta diseñar posteriormente, un modelo de comunicación social para la Universidad, mientras se centraliza en un solo mando su control.

Tan es necesario que se lleva a cabo tal reestructuración, no sólo desde el nivel administrativo, sino desde la concepción y uso mismo que se les dé a -- estos instrumentos de información, que en este capítulo se procederá a hacer una descripción general de la estructura que actualmente siguen teniendo estos órganos, para posteriormente proponer un nuevo modelo.

Del mismo modo, se expondrán los objetivos y funciones que se les ha asignado, para que analizándolos, se pueda detectar aquello que los unifica funcionalmente y lo que los hace divergir.



Sin embargo y ubicándonos en un tono realista, impuesto por las limitaciones y por qué no decirlo, en los aciertos que se puedan observar, se debe señalar que en lo general, esta organización comunicacional universitaria así como las readecuaciones que se han realizado, coinciden con lo que habrá de proponerse en el presente trabajo. Por ello se sostiene que en todo caso, la descripción detallada de esta Coordinación si bien podría significar un documento útil para el lector en cuanto representa la explicación obligada de lo que implica esta nueva dependencia, el desarrollo de esta trabajo también continuará siendo la concepción personal de quien lo sustenta.

Si se aseveraba en el capítulo anterior que la Universidad en sí misma es un órgano especializado en realizar el fenómeno de la comunicación social para la consecución de los fines que se le han asignado, en el caso de estas dependencias que deliberadamente han sido dedicadas al aprovechamiento y uso de los medios de comunicación social, es aún más aplicable la idea de que en conjunto y organizadas estructuradamente, deben ejercer como medios de comunicación la labor de enriquecer y reforzar la función básica de la Universidad.

Primer paso para dar coherencia y funcionalidad a esta labor, sería el imponer a los trabajos que estas dependencias realizan, un enfoque consecuente y complementario entre ellas.

La concepción que de sí mismas tiene hasta este momento cada una de ellas, es producto de las propias circunstancias históricas que les dieron nacimiento. Así el caso de Radio UNAM, con más de cincuenta años en el aire, difie-

re al de la Televisión Universitaria, de reciente creación como dependencia institucional de la UNAM. Del mismo modo, la prensa universitaria ha pasado por diversos niveles administrativos y de organización, hasta ir a parar en una dependencia muy similar a las que existen en el sector oficial para las labores del caso. Por ello ubicaríamos el análisis de estas instancias comunicacionales universitarias desde el diseño y concepción que actualmente tienen (1)

Así, se sabe que las dependencias que hasta este momento cumplen con las funciones de informar son cuatro:

- La Dirección General de Prensa
- La Dirección de Televisión Universitaria
- Radio UNAM y
- La Gaceta UNAM

#### DIRECCION GENERAL DE PRENSA

Los objetivos de la Dirección General de Prensa son los siguientes: "Planear, organizar, dirigir y controlar el aprovechamiento óptimo de los canales informativos existentes en el país, tales como: Prensa, radio, televisión y otros-  
más, para desarrollar una amplia, oportuna, eficiente y eficaz labor de infor  
mación que se traduzca en un mejor conocimiento de la comunidad universitaria ante sí misma y de las tareas que realiza la UNAM, promoviendo y cuidando la buena imagen de la Institución al exterior". (2)

Para el cumplimiento de estos objetivos, por otra parte, esta Dirección se plantea las siguientes funciones:

- Difundir la información oficial generada en la UNAM por medio de boletines de prensa, desplegados y declaraciones que se difundirán en periódicos, revistas, noticieros de radio y televisión, cine y agencias noticiosas.
- Actuar como vocero oficial de la Universidad Nacional para efectos de información periodística.
- Mantener informada a la Rectoría sobre la información que se publique o difunda de las actividades de la Universidad Nacional o aspectos que involucren o afecten la misma.
- Mantener relación permanente con los responsables y representantes de los diversos medios de comunicación del país, mediante una adecuada relación pública.
- Coordinar la edición y distribución de la Gaceta UNAM para informar a la comunidad universitaria de los acontecimientos relacionados con ella.
- Coordinar y distribuir la edición de las Noticias Universitarias.
- Mantener relación constante con los titulares de Facultades, Escuelas, Institutos, Centros de Investigación y demás dependencias de la Universidad y de Instituciones educativas del país en materia de información.
- Mantener relación con las oficinas de comunicación social de la Administración Pública y Privada, Nacionales e Internacionales.

- Supervisar la administración de sus recursos
- Integrar y someter a la Rectoría los programas de trabajo de la Dirección General de Prensa.
- Realizar todas aquellas actividades en relación o con motivo de sus funciones, así como las que designe la Rectoría". (3)

Como se puede observar, la actividad sustantiva de esta dependencia se enfoca hacia el exterior y con una temática netamente informativa; en todo caso, la excepción podría ser la Gaceta UNAM de la que se propondrá más adelante-- una probable reorientación editorial.

Por otra parte también el interés prioritario que para la Dirección General de Prensa tiene su relación administrativa y política con la Rectoría, lo -- que resulta obvio, toda vez que sus funciones originales fueron concebidas-- como trabajo de apoyo y asesoría para esta autoridad universitaria.

A pesar de ello, no debe descartarse el hecho de que la propia Rectoría es -- una dependencia cuya actividad principal es la de dirigir por los caminos -- adecuados la buena marcha de la Institución en todos sus aspectos. Este -- factor hace que la Dirección General de Prensa también tenga el interés por-- resaltar positivamente la imagen de la Universidad en todo su conjunto.

Tanto es así, que del universo de dependencias académica, de investigación y administrativas que se encuentran en la Universidad, prácticamente la totalidad de ellas acuden a esta Dirección a fin de orientar por su conducto, la información que debe presentarse a la opinión pública nacional.

Por sus funciones esta Dirección es la más idónea para cumplir con los trabajos del nivel informativo, ya que su relación directa e institucional con los medios de comunicación social la ubican como la instancia con mejor capacidad en tal sentido.

#### DIRECCION GENERAL DE TELEVISION UNIVERSITARIA

La televisión universitaria ha sido, desde hace más de treinta años, un tema recurrente de discusión y experimentación por parte de todos aquellos sectores interesados o ligados académica o administrativamente con este medio.

Fátima Fernández Crhistlieb, en un trabajo en el libro "Televisa, el quinto--poder", presenta una reseña de lo que ha venido siendo como concepto y ejercicio la televisión para la Universidad (4), denotándose en dicho documento la necesidad de contar por lo menos con un sistema bien organizado en programas y objetivos, que eventualmente pudiese significar tanto una presencia universitaria ante la sociedad, como un factor de capacitación académica y de comunicación activa para la propia comunidad de nuestra casa de estudios.

Cabe señalar que no sólo es esta estudiosa de los medios quien ha analizado esta problemática universitaria: en diversos momentos a través de una gran va--riedad de recursos y formas, muchos universitarios han externado su interés - y opinión acerca de este tema, coincidiendo todos ellos que para la UNAM es- de vital importancia contar, si no con un canal propio, si con un sistema in- terno y con acceso real a los medios televisivos ya existentes. (5)

Desde 1985 a la fecha, la UNAM ha emprendido una nueva incursión en esta rama de la comunicación estructurando y creando la Dirección de Televisión Universitaria, acordando con la cadena estatal convenios de cooperación y allegando se los recursos técnicos y humanos necesarios para realizar sus propias producciones, que además han resultado en la etapa más prolífica que en este medio ha tenido la Universidad.

Esta situación reviste importancia política si se toma en cuenta que por lo menos en el caso de los convenios de cooperación suscritos con Imevisión, la Universidad no se ha visto tan cuestionada por propios y extraños como lo fue en el caso de sus alianzas pasadas con el consorcio privado, lo que vendría a significar presumiblemente la posibilidad de contar con cierta libertad de acción para avanzar en la negociación por mayores espacios, o mejor aún, con barras completas de programación, que sean más identificables y de fácil localización.

Hasta el momento de la conformación de la Coordinación de Comunicación Universitaria, la Dirección de Televisión de esta casa de estudios tenía funciones y objetivos definidos que por primera vez en la larga historia de la Institución habían rendido frutos más o menos estables, pero aún sin llegar a representar un modelo auténtico de lenguaje televisivo universitario.

Este objetivo es precisado institucionalmente de esta manera:

"Hacer uso de la televisión como instrumento para apoyar las tareas de la Uni

versidad en las áreas de docencia, investigación y difusión de la cultura, - e incrementar la comunicación inter y extra universitaria a través de este - medio".

Dicho objetivo instenta alcanzarse en base a las siguientes funciones:

Aspectos Normativos:

- Establecer el marco conceptual y normativo que conlleva al desarrollo de - una planeación integral y prospectiva de la producción televisiva universita-  
ria.
- Establecer el marco general al que deberá ajustarse la producción televisiva universitaria, tanto en lo que se refiere a sus contenidos como a sus as  
pectos técnicos.
- Establecer normas y procedimientos para la adecuada catalogación y conser-  
vación de los materiales videograbados por la televisión universitaria.
- Establecer las normas que deberán observar las dependencias universitarias-  
para la adquisición de equipos audiovisuales.

Aspectos Operativos

- Producir y difundir programas de televisión para canal abierto, como medio -  
de apoyo a la educación integral y como vehículo para la divulgación de la-  
cultura, el pensamiento y el quehacer universitario.

- Producir programas de apoyo a los procesos de enseñanza-aprendizaje, para su utilización en sistemas de televisión de circuito cerrado.
- Producir cápsulas informativas y promocionales sobre actividades y eventos de interés universitario.
- Coordinar la participación de escuelas, facultades, institutos y otras dependencias universitarias, en los programas producidos para su difusión por televisión.
- Brindar a las dependencias universitarias asesoría técnica y servicios de apoyo en materia de producción, postproducción y copiado de materiales audiovisuales.
- Proporcionar asesoría técnica para la instalación de equipos audiovisuales en otras dependencias universitarias.
- Realizar dictámenes técnicos sobre las solicitudes de adquisición de equipo audiovisual por parte de las diferentes dependencias universitarias.
- Catalogar y conservar mediante la integración de un archivo videográfico, el acervo de materiales y programas producidos por la televisión universitaria.
- Promover acuerdos con organismo externos y en particular, con otras instituciones de carácter educativo, para establecer opciones de co-producción, compraventa e intercambio de programas de televisión.
- Promover la transmisión de los programas producidos por la televisión universitaria a través de los diferentes sistemas de televisión, tanto públicos como privados.



- Promover el desarrollo de fuentes alternativas de financiamiento para la --  
producción televisiva universitaria" (6)

Se denota para la televisión universitaria, que objetivo y funciones guardan el interés por fundamentar sus actividades en consonancia con las labores -- primordiales de la Universidad, así como por establecer mecanismos de producción y programación dirigidos tanto al exterior como al interior de esta casa de estudios.

Sin embargo y como se argumenta líneas atrás, también es notorio que la televisión de la UNAM tiene contenidos y características que la impulsan particularmente hacia la información, difusión y comunicación interna y orientada -- hacia los aspectos culturales y académicos que por su naturaleza resultan más idóneos para ser emitidos por este medio.

Esta circunstancia no debe considerarse como una limitación, ya que para lo -- que se refiere a las labores informativas institucionales, y que en lo general se encuentran ligadas a las actividades oficiales de la autoridad universitaria y de las dependencias académicas y administrativas, la Dirección General de -- Prensa, es la instancia que mayormente se dedica a ello.

De esta forma, debe considerarse que para TV-UNAM resultaría una ventaja la -- posibilidad de dedicar prácticamente en forma exclusiva su producción a temáticas relacionadas con la docencia, la investigación y la extensión universitaria, aspectos que indudablemente, si son concebidos con imaginación creativa

y aprovechándose la capacidad técnica con que ya cuenta, podrían significar verdaderos elementos complementarios en la vida académica de la Universidad y de sumo interés para el teleauditorio.

#### RADIO UNIVERSIDAD

Con cincuenta años en el aire como la estación radiofónica cultural de mayor importancia en nuestro país, Radio UNAM significa para la Coordinación de -- Comunicación Social Universitaria uno de los elementos más importantes en ma-teria, ya que por las características del lenguaje radiofónico, capaz de la - simultaneidad respecto al hecho noticioso; su accesibilidad al auditorio, ya- que en programación "en vivo" éste puede intervenir, y por la amplitud y pene- tración que tiene en todas las capas de la sociedad y particularmente en la - propia comunidad universitaria, la radio potencialmente podría constituir un factor de enlace que enriquecería los procesos de comunicación inherentes a- la consecución de los objetivos de esta dependencia.

En la actualidad, la programación de esta estación se basa principalmente en- la difusión amplia de música culta y la emisión de programas noticiosos y de- análisis sobre diversos tópicos de la cultura universal.

Por la complejidad y grado de especialización de dicha estructura, el audito-- rio real de Radio UNAM se centra en los sectores sociales más culturizados y - de mejor preparación académica, por lo que difícilmente la atienden cotidiana- mente las clases populares.

Esto significa una seria limitación, ya que relativamente se contraponen este hecho a los lineamientos y objetivos esenciales de la propia Universidad como difusora de cultura a la Sociedad en su conjunto.

Sin embargo no se trataría de "degradar" la calidad y contenido de la programación en áreas de un mayor "rating", se procuraría en todo caso, de redefinir a la misma para ampliar la gama potencial de auditorios mediante la concepción y producción de nuevos programas, orientados cada uno de ellos a auditorios específicos.

Radio UNAM de 1977 a la fecha, se ha visto sujeta a una serie de readecuaciones administrativas que buscaban su definición precisa en cuanto a sus funciones y objetivos. Dependiendo hasta 1978 de la Coordinación de Extensión Universitaria y concebida como elemento sustancial de esa actividad universitaria, en 1985 con la fusión de esta Coordinación con la hasta entonces Dirección de Difusión Cultural, pasa a formar parte de la ahora denominada Coordinación de Difusión Cultural, siempre considerada como un subsistema de esta dependencia y con funciones de extensión cultural y académica. Ahora como se sabe, ha pasado a depender de la Coordinación de Comunicación Universitaria.

Los objetivos que bajo este concepto tiene esta estación radiofónica no han variado en lo esencial, y son los siguientes.

- Extender con la amplitud que hace posible la labor radiofónica, los beneficios de la cultura artística, científica y humanística tanto nacional como

Esto significa una seria limitación, ya que relativamente se contraponen este hecho a los lineamientos y objetivos esenciales de la propia Universidad como difusora de cultura a la Sociedad en su conjunto.

Sin embargo no se trataría de "degradar" la calidad y contenido de la programación en áreas de un mayor "rating"; se procuraría en todo caso, de redefinir a la misma para ampliar la gama potencial de auditorios mediante la concepción y producción de nuevos programas, orientados cada uno de ellos a auditorios específicos.

Radio UNAM de 1977 a la fecha, se ha visto sujeta a una serie de readecuaciones administrativas que buscaban su definición precisa en cuanto a sus funciones y objetivos. Dependiendo hasta 1978 de la Coordinación de Extensión -- Universitaria y concebida como elemento sustancial de esa actividad universitaria, en 1985 con la fusión de esta Coordinación con la hasta entonces Dirección de Difusión Cultural, pasa a formar parte de la ahora denominada Coordinación de Difusión Cultural, siempre considerada como un subsistema de esta dependencia y con funciones de extensión cultural y académica. Ahora como se sabe, ha pasado a depender de la Coordinación de Comunicación Universitaria.

Los objetivos que bajo este concepto tiene esta estación radiofónica no han variado en lo esencial, y son los siguientes.

- Extender con la amplitud que hace posible la labor radiofónica, los beneficios de la cultura artística, científica y humanística tanto nacional como

extranjera.

- Transmitir programas de extensión académica, colaborando con las diversas dependencias universitarias que tenga a su cargo esta difusión.
- Informar y promover las actividades que realizan la UNAM y otras instituciones afines.
- Coadyuvar al esfuerzo que realiza la Universidad para el análisis de las manifestaciones artísticas, científicas y humanísticas tanto nacionales como extranjeras. (7)

Como funciones se le adscriben las siguientes:

- Diseñar y producir la programación y servicios de Radio Universidad, de acuerdo a los objetivos de la emisora.
- Transmitir la programación en los horarios y forma que se establezca de conformidad con la naturaleza de cada una de las tres frecuencias con que cuenta Radio Universidad (AM, FM y Onda Corta).
- Desarrollar el sistema de control remoto y producción en vivo.
- Desarrollar el sistema de enlaces regionales y nacionales.
- Procurar los medios que posibiliten una cobertura radiofónica nacional e internacional.
- Establecer el sistema de transcripciones magnetofónicas e impresas de materiales radiofónicos con el objeto de facilitar su acceso a emisoras afines, institucionales, culturales y público interesado.

- Desarrollar el sistema de coproducción radiofónica con las diversas dependencias de la UNAM.
- Promover y publicar los programas y servicios de Radio Universidad a través de folletos, revistas, carteleras, boletines de prensa y otros medios idóneos.
- Conservar y clasificar los acervos magnetofónicos, discográficos e impresos de la emisora.
- Ofrecer al público universitario y general los servicios de la fonoteca, -- discoteca y librería "Augusto Novaro".
- Experimentar nuevas formas radiofónicas acordes a los objetivos de la emisora". (8)

En esta serie de planteamientos institucionalizados en cuanto a la vocación-difusora que habrá de ejercer, Radio Universidad se define a sí misma como una estación eminentemente cultural y de extensión académica, agregando en un segundo plano su carácter de informadora de la labor y avances universitarios.

Este interés al parecer respondía en su momento a los lineamientos administrativos e institucionales de la dependencia a la que pertenecía; si bien en ello no se puede encontrar nada equivocado o sujeto a políticas ajenas al verdadero sentido de la causa universitaria, si se podría presentar un comentario crítico en el sentido de que tal enfoque vino a limitar y parcializar gran parte de las potencialidades comunicacionales, difusoras e informativas que el medio tiene como tal.

Es correcto que una estación radiofónica perteneciente a una casa de estudios superiores especialice su programación en temáticas culturales, científicas -- y artísticas, pero en el caso de México con sus necesidades y carencias en materia de comunicación social, se requiere que se desarrollen estrategias y políticas acordes a estos retos y que se presente efectivamente a la sociedad, - alternativas novedosas y creativas que enriquezcan el acervo cultural de la - nación, no sólo en los aspectos correspondientes a la de alguna manera denominada alta cultura, sino simultáneamente, a todas aquellas manifestaciones de - la cultura popular, y en el caso específico de la Universidad, de la que emana de los sectores que conforman su comunidad.

#### GACETA UNAM

Definida a sí misma como el órgano informativo de la Universidad, este medio - impreso de circulación interna desgraciadamente no ha podido alcanzar la im-- portancia que mereciera, ésto tal vez por su limitado enfoque periodístico que se reduce a la información institucional y al aviso sobre actividades académicas y otros servicios que esta institución presta a la comunidad y al público-- en general.

Desde nuestro punto de vista requeriría de un enriquecimiento editorial que le permitiera ser reflejo de la vida universitaria, integrándose en sus secciones la opinión y el trabajo periodístico de maestros, alumnos, investigadores y tra-- bajadores, pues de esta forma podría tener un mayor interés para sus lectores-- que no son otros que los miembros de la sociedad universitaria.

Objetivos y funciones de este órgano periodístico se dirigen al establecimiento de un servicio informativo para la Universidad, con la distribución gratuita de sus ejemplares y procurando tener la mayor cobertura posible.

El hecho es que si bien su tiraje resultaría insuficiente si en forma efectiva fuese atendido por su potencial público, gran número de ejemplares son -- condenados al desperdicio ante el poco o nulo interés que por su lectura y - consulta se tiene.

Por sus secciones, la Gaceta define con cierta claridad sus funciones: en las primeras páginas se presentan los eventos académicos y administrativos de mayor importancia en los días precedentes a su aparición; en las interiores, - se publican artículos y reportajes sobre publicaciones universitarias, "Uni-- versidad y Ciencia", desplegados y avisos de dependencias, apartados destinados a trabajos del Centro Universitario de Comunicación de la Ciencia, La Bolsa Universitaria de Trabajo y el Programa de Servicio Social; Convocatorias, carteleras de la Coordinación de Difusión Cultural y de la Dirección General de Extensión Académica, avisos e invitaciones para conferencias, cursos y becas, etc.

Como se puede deducir, los lectores reales vendrían a ser casi exclusivamente - las personas interesadas en aprovechar y asistir a las actividades anunciadas- en este medio impreso, así como aquellos que fueron participantes en los enven tos sobre los que se informa; fuera de eso, difícilmente podrían tener interés por su lectura otros miembros de la comunidad.



Con este panorama, cobra relevancia la necesidad de convertir a este órgano-- de información en un agente más ágil y vivo de intercomunicación e informa-- ción universitaria.

Por otro lado y por significar por sí mismo un experimento que podría repre-- sentar un acceso de suma importancia a la comunidad de esta institución, se encuentra el denominado "Foro Universitario" que se incluye desde hace rela-- tivamente poco tiempo, como sección especial de Gaceta.

En él, se presenta el material epistolar que cualquier universitario puede -- enviar a este medio para externar su opinión sobre asuntos relativos a la vi da académica de esta casa de estudios.

A pesar de que el número de lectores no es alto, esta sección recibe cotidia-- namente algunas cartas con opiniones sobre diversos aspectos internos, lo que nos indica que ante un aumento de atención, esta sección aumentaría proporcio-- nalmente su presencia como foro de discusión y diálogo periodístico.

#### COINCIDENCIAS Y DIVERGENCIAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION DE LA UNAM

En el panorama programático institucional precedente, se puede observar una - serie de elementos objetivos y funcionales que ya denotan cierta coherencia - en cuanto a políticas, estrategias y tácticas que ejerce la Universidad en - materia de comunicación social.

Tanto la prensa, como la radio y la televisión universitaria coinciden en apuntar que sobre todo se procura establecer un marco consecuente de sus labores - respecto a las tres tareas fundamentales de la institución.

Pero por otra parte, en algunos casos se otorga prioridad a una de las funciones y se demeritan o descuidan las otras. Tal sería el caso de Radio Universidad que si bien en su programación incluye temas científicos y académicos, en comparación con el peso en tiempo y espacios con que cuentan los temas culturales y artísticos, los primeros prácticamente se pierden y son difícilmente localizables por el auditorio.

Cosa parecida sucede en relación a la información periodística, donde se nota asimismo cierta ausencia de notas, artículos y reportajes sobre el quehacer científico y tecnológico de la UNAM, mientras que sobresalen los temas relativos a las actividades de las autoridades y los miembros de los sectores de la investigación humanística, política, social y económica que en lo inmediato y por el interés obvio que para la opinión pública tienen sus comentarios y análisis, son mayormente procurados por los medios periodísticos.

Televisión Universitaria por su parte, al contar con espacios muy reducidos en la empresa estatal (si bien ha hecho intentos de variación amplia en cuanto al universo de temas a tratar), no ha podido definirlos claramente y a excepción de los programas "Presencia Universitaria" que es de carácter informativo, y "Goya" a su vez deportivo, el resto de la programación se ve en la necesidad de tocar aspectos muy variados que no permiten al telespectador tener expectativas

precisas respecto a lo que espero o desea ver.

A continuación se enumerarían algunos de los elementos que son coincidentes - para cada uno de los medios universitario de comunicación, basándose en objetivos y funciones de los mismos:

- a) Todos asientan el objetivo de difundir, informar y/o comunicar sobre las tareas de educación, investigación y la extensión que realiza la UNAM.
- b) También asientan todos ellos el objetivo de establecer labores de información, tanto al interior como al exterior de la Universidad.
- c) Coinciden asimismo, en la necesidad de elaborar mecanismos de colaboración y apoyo con todas las dependencias, Escuelas, Facultades, Institutos, etc., de esta Universidad, con el fin de prestar un mejor servicio tanto a la comunidad universitaria como a la opinión pública.
- d) En Radio y Televisión se considera la necesidad de colaborar con las Escuelas y Facultades que forman profesionales de la comunicación y aprovechar - tal recurso humano para los fines y funciones que a estos medios le asigne la UNAM.

Por otro lado, y a pesar de que en lo general las dependencias universitarias-especializadas en labores de comunicación social se conciben a sí mismas como elementos de difusión y presentación de la imagen pública de la Universidad, no se ha podido integrar en ellas un sistema único que proporcione estrategias y políticas coherentes y metódicas.

En este sentido y en forma general, se perciben algunas discordancias funcionales que podrían generalizarse en los siguientes puntos:

- a) La información periodística impresa, Gaceta UNAM particularmente, no desarrolla estrategias sistemáticas y amplias de comunicación intrauniversitaria, provocando de esa forma un gradual desinterés por la actividad y la vida de la UNAM, entre su propia comunidad. En contraste, Radio Universidad si lo intenta pero con una concepción errónea de programación y aun de medio mismo ya que este recurso como se señala anteriormente, no ha podido capturar la atención mayoritaria de la sociedad universitaria.
- b) A pesar de que en todos los medios de comunicación social de la UNAM se instituye la obligación programática de difundir información sobre las funciones esenciales de la Universidad, en casi todos los casos no se cumple, debido al parecer, a que las prioridades informativas son las correspondientes a la función administrativa y política de las autoridades así como a los aspectos académicos ligados circunstancialmente a la problemática nacional.
- c) Mientras que para el área de comunicación social de la Universidad corresponde la difusión e información de casi toda la actividad docente y de investigación de la UNAM, lo que se refiere a la extensión cultural y académica de la misma es responsabilidad de la Coordinación de Difusión Cultural, quedando solo para la Coordinación de Comunicación la función de publicista.

NOTAS

- (1) Antecedentes de la Dirección General de Prensa, Dirección General de Televisión Universitaria y Radio UNAM.

DIRECCION GENERAL DE PRENSA:

ANTECEDENTES

- ° 1943, mayo 1°: se creó el Departamento de Información y Prensa.
- ° 1964: el Departamento cambió de denominación por Dirección General de Información y Prensa.
- ° 1967, abril 18: cambió a Dirección General de Información y Relaciones al fusionarse el Departamento de Relaciones que dependía de la Dirección General de Intercambio Académico y Cultural.
- ° 1968: la Dirección cambió de nombre a Dirección General de Información al crearse la Dirección General de Relaciones Públicas.
- ° 1970: se transformó en Dirección General de Información y Relaciones, desapareciendo la Dirección General de Relaciones Públicas.
- ° 1973, junio 15: cambió de denominación a Dirección General de Información.
- ° 1983, mayo 16: por acuerdo del rector, cambió de denominación a Dirección de Prensa, dependiendo de la Dirección General de Comunicación Universitaria.
- ° 1985, enero 3: por acuerdo del rector, desaparece la Dirección General de Comunicación Universitaria y la Dirección de Prensa se convirtió en Dirección General.

DIRECCION GENERAL DE TELEVISION UNIVERSITARIA

ANTECEDENTES

- ° 1973, febrero 1°: se creó la Dirección General de Divulgación Universitaria.
- ° 1977, febrero 1°: por acuerdo del rector, se creó el Consejo de Metodología y Apoyo Educativo con el fin de coordinar y racionalizar el empleo de recursos escasos en apoyo a una política congruente en material de metodología, tecnología y servicios educativos.
- ° 1979, enero 5: por acuerdo del rector, se creó la Secretaría Ejecutiva del Consejo de Metodología y Apoyo Educativo para ejecutar las políticas y acciones emanadas del Consejo.
- ° 1979, noviembre 12: por acuerdo del rector, se creó el Centro Universitario de producción de Recursos Audiovisuales.
- ° 1983, mayo 16: por acuerdo del rector el Centro Universitario de Producción de Recursos Audiovisuales se adscribió a la Dirección general de Comunicación Universitaria.
- ° 1983, mayo 16: por acuerdo del rector se convierte en Dirección de Divulgación Universitaria, dependiendo de la Dirección General de Comunicación Universitaria y se adscribe al subsistema de la Secretaría de la Rectoría.
- ° 1985, enero 8; por acuerdo del rector, desapareció la Dirección general de Comunicación Universitaria. En esa misma fecha se fusionaron la Dirección y el Centro de Producción de Recursos Audiovisuales creándose la Dirección General de Televisión Universitaria, la cual quedó adscrita a la Coordinación de Apoyo y Servicios Educativos.

RADIO U.N.A.M.

ANTECEDENTES

- ° 1937, junio: se creó Radio Universidad Nacional como un departamento dependiente de la Dirección General de Difusión Cultural.
- ° 1961: se integró a la Dirección de los Servicios Coordinados de Radio, Televisión y Grabaciones dependientes de la misma Dirección.
- ° 1967: se desintegró la Dirección de los Servicios Coordinados de Radio, Televisión y Grabaciones y se constituyó en Departamento de Radio Universidad.
- ° 1978, marzo: se independizó de la Dirección General de Difusión Cultural con el nombre de Radio UNAM.

(2) Organigrama y funciones de la Dirección General de Prensa. Manual de Organización de la UNAM, México, 1986.

(3) Idem.

(4) Fernández Christlieb, Fátima, et. al. "Televisa, el quinto Poder" Edit. Claves Americanas. México, 1985, (237 p.p.) págs. 99-110.

(5) Periódicamente, en diversos diarios de circulación nacional, especialistas y críticos en materia de radio y televisión publican artículos y columnas relativas a estos temas; en muchas ocasiones se refiere directamente a los sistemas de comunicación social universitaria de manera crítica y/o propositiva. Algunos de ellos son: Fátima Fernández, Iréne Herner, Raúl Trejo-Dalarbre, Raúl Cossío Villegas, entre otros.

- (6) Organigrama y Funciones de la Dirección General de Televisión Universitaria. Manual de Organización de la UNAM. México, 1986.
- (7) Organigrama y Funciones de la Dirección de Radio Universidad. Manual de Organización de la UNAM. México, 1986.
- (8) Idem.



CAPITULO III. EVALUACION DE LAS ESTRUCTURAS UNIVERSITARIAS DE COMUNICACION - SOCIAL.

La naturaleza estructural y funcional de los medios de comunicación social -- universitarios descrita antes obliga, además del planteamiento presentado en el capítulo anterior sobre sus similitudes y divergencias, a elaborar una crítica en lo general de su organización administrativa y orgánica.

En general, no se podría decir con seguridad que tales formas de organización son equivocadas o no aplicables para la estructura universitaria. De hecho, - los objetivos y funciones que a sí mismas se imponen estas dependencias, las obligan prácticamente a reflejar en su propia organización los criterios que se les han definido a los medios privados u oficiales.

Dicha concepción procede básicamente de dos corrientes de diseño de trabajo - bajo los que se ha construido todo el sistema de comunicación en nuestro país: por un lado, el correspondiente a las concepciones privatistas y comercializadas de la comunicación; por el otro, el que se ha ideado para la conformación de un modelo paraestatal de comunicación social, entendida ésta como una varia ción de servicio a la sociedad.

En la UNAM al parecer ha prevalecido esta última, en consonancia con sus propias funciones y objetivos institucionales, aún cuando se percibe cierto interés -- por alcanzar metas de "funcionalidad" propias en todo caso, de los medios privados, preocupados siempre por la efectividad y eficiencia de sus mensajes y -

funcionamiento interno.

El resultado inmediato de esta diversificación organizativa de los principales medios de comunicación social universitarios es un difícil cohesionamiento administrativo y operativo. Este factor se suma al de su todavía reciente independencia recíproca entre ellos, que como se expone en las páginas anteriores, se debía fundamentalmente a sus orígenes distintos. Ahora, englobados bajo la coordinación de una sola dependencia, cuentan mayormente con la posibilidad alternativa de reformar su concepción original, no solo desde la programación misma de sus objetivos y funciones, sino incluso desde su organización administrativa.

El interés por el concepto "administrativo" no debe entenderse como la intención de lograr para ellos una mayor coherencia de sus respectivas funciones-burocráticas o de organización de mando; se debe entender también que en esta idea se incluye la búsqueda de un sistema de funcionamiento que refleje cada vez más la estructura misma de la Universidad, para estar a tono con sus labores institucionales básicas.

Sin embargo, de igual modo debe admitirse que mucho de lo que significa ahora su actual organización tiene características positivas, aplicables para los - - objetivos comunicacionales de la UNAM.

De esta forma, resulta evidente que se requiere instancias dedicadas específicamente a labores destinadas a incidir en el exterior a través de los mensajes -

emitidos, ya sea por radio y televisión o por los medios impresos.

También responde a necesidades concretas el que se requiera de subdependen --  
cias especializadas en labores "internas" entendidas como una especie de re--  
troalimentación y análisis que ayude a la evaluación y diseño de estos mismos  
mensajes.

En el estudio de organigramas y descripción de funcionamiento de cada una de--  
las dependencias universitarias de comunicación social, encontramos que se --  
percibe este tipo de necesidades y que en consecuencia se ha procedido al di--  
seño e implantación de subdependencias dedicadas a labores específicas, como--  
las supuestas líneas atrás.

A pesar de ello, también se advierte que se ha procedido a readecuaciones - -  
"coyunturales" para responder a compromisos políticos o dificultades operati--  
vas. Tal sería el caso aparente de la Unidad Coyoacán de Televisión Univer--  
sitaria: de ser una dependencia específicamente dedicada a la producción de -  
materiales audiovisuales, pasa a ser una subdirección de esta Direccón ante -  
el reto de tener que resolver ciertas duplicidades contradictorias de objeti--  
vos y funciones.

Es más que nada por razones como la señalada que se observa la posibilidad de  
reformar e incluso reestructurar, la organización que hasta el momento tienen  
los medios universitarios.

Debe adicionarse a ello el tener que admitir la necesidad de proporcionarle a varios sectores directamente interesados e involucrados en este renglón de la actividad universitaria, una puerta de acceso y colaboración en las labores comunicativas de la UNAM. Esta es una demanda catalizada en gran medida por la movilización y politización de un gran número de académicos y estudiantes en el pasado reciente, y que tendrá que enfrentar y resolver la autoridad universitaria bajo la premisa de que el cambio de niveles de concientización entre la comunidad universitaria, así como los propios retos que la máxima casa de estudios debe enfrentar para transformarse positivamente de cara al futuro, la obligan a actuar en tal sentido.

Sin embargo, tal medida no debe llegar a los extremos de autogobierno y autogestión que propugnan algunos voceros de dichos sectores.

Para entrar directamente en el tema que se propone en el presente capítulo, se pasaría ahora a analizar de manera general, la serie de características resultantes de la organización administrativa y funcional que actualmente tienen las dependencias universitarias dedicadas a la comunicación social.

Dirección General de Prensa: ésta, como se refiere en los capítulos anteriores, representa por sí misma un modelo por demás aprovechado en el área gubernamental y oficial de la comunicación social. Comparando su actual estructura con la que por lo menos tienen dependencias tales como el CREA, el ISSSTE, la SEP o la Contraloría de la Federación, se encuentra que en lo general, presentan un modelo de organización similar.

De esta forma, la DGP universitaria contempla en su organigrama (1) las siguientes subdependencias:

Subdirección de Prensa: encargada entre otras cosas, del trato directo con los representantes de los medios; de la producción y correspondiente emisión de los mensajes informativos oficiales de la UNAM; de la organización de conferencias de prensa y otras actividades propias de su trabajo, y en fin, de toda actividad dirigida hacia el exterior de la máxima casa de estudios, particularmente hacia los diversos medios de comunicación e información.

Subdirección Técnica: se puede decir que las labores de esta subdependencia realiza son complementarias a las llevadas a cabo por la de Prensa, ya que si en esta última los objetivos de trabajo se encaminan hacia el exterior, en la Técnica, los mismos tienen su razón de ser en el interior de la dependencia, ya que esencialmente consisten en el análisis, la evaluación y la clasificación de la información emitida. Por otra parte, esta subdirección presta un servicio de singular interés: el de la distribución de una carpeta informativa entre funcionarios, investigadores y maestros de la comunidad universitaria, en la que se sintetiza y clasifica la información publicada por los medios impresos y difundida por los electrónicos, día a día.

Departamento de Publicidad: responsabilizado del diseño y difusión promocional, de las principales actividades de extensión y cultura de la UNAM.

Las subdependencias descritas líneas atrás, cuentan a su vez, con departamentos en los que las labores para las que fueron creadas, se llevan a cabo -- operativa y prácticamente; así, en la subdirección de prensa, trabajan los departamentos de información, de prensa y de relaciones externas; en la Técnica, los departamentos de síntesis, de análisis y de monitoreo, mientras -- que publicidad dependen de la propia Dirección General.

En este contexto, y aún cuando ha sido interés deliberado de los responsables de esta área de la comunicación universitaria, el informar sistemáticamente sobre los avances y logros de la investigación científica que la UNAM desarrolla, se denota desafortunadamente una falta de cantidad de noticias sobre este y otros rubros.

Se trataría de montar un sistema que se avocara a la tarea de difundir lo que la Universidad hace para la sociedad que la sostiene en materia de ciencia, humanidades y cultura, en este caso, a través de los medios de información impresos, o por conducto de la programación noticiosa de los medios electrónicos independientes de la UNAM.

A pesar de ello, la organización que actualmente tiene esta dependencia no -- obliga necesariamente a pensar en la posibilidad de su reestructuración; como se asienta antes, al responder a un modelo generalizado en el sector público, y que ha probado su capacidad de funcionamiento, claro está, desde la perspectiva y los intereses políticos de quienes se dedican a esta labor, la Dirección General de Prensa de la UNAM puede calificarse en sentido positivo.

Sin embargo, y tomando en cuenta ciertas características sociológicas, académicas y políticas que atañen muy en lo particular a la Universidad, bien podría considerarse la posibilidad de adicionar a esta estructura, algunos elementos de organización y planeación informativa que la vendría a diferenciar del resto de dependencias informativas del sector público.

Televisión Universitaria: también se observa una estructura de organización correspondiente a modelos presentes en otros sectores, solo que al parecer, indistintamente a los privados o estatales.

Esta similitud responde al hecho de que la televisión desde su nacimiento en México, ha sido concebida y definida como un medio eminentemente técnico, donde su capacidad potencial de incidir tanto a niveles psicológicos como de alcance y amplitud, dependen principalmente de estrategias y planeaciones elaboradas desde la perspectiva técnica.

Dicha concepción como es natural, corresponde a su vez a la que se ha instaurado en la Unión Americana, sociedad donde fue creado el modelo básico por el cual ha funcionado hasta nuestros días.

De esta forma, se puede observar en el organigrama y descripción de funciones de la Televisión Universitaria (2) que a excepción de una o dos de sus subdependencias, la casi totalidad de sus áreas especializadas contemplan la labor técnica como la substancial del quehacer televisivo.

En este sentido, la televisión universitaria debe empezar por reformarse a sí misma, concibiendo su estructura interna de otra manera; aprovechando la capacidad analítica de los profesionales en comunicación que se encuentran en la UNAM; descubriendo y desarrollando nuevos diseños, nuevas concepciones de lenguaje y contenidos televisivos, para con todo ello ubicarse en el contexto universitario y nacional como una propuesta comunicacional novedosa y de provecho.

Como se comenta líneas atrás, dentro de la actual estructura orgánica de esta dependencia de la UNAM, se denota la falta de subdependencias especializadas más que en cuestiones técnicas, en aspectos ligados a los contenidos e intenciones comunicacionales e informativas que van inmersos en los mensajes emitidos por este medio.

De esta forma, se observa que TV-UNAM cuenta con cuatro subdirecciones: la de Planeación y Desarrollo, la de Producción, la correspondiente a la Unidad Coahuacán y la Técnica.

La primera lleva a cabo actividades de evaluación, planeación e intercambio de información. Procura sondear el ámbito universitario para recabar información sobre sus actividades, y procesar, sistematizar y evaluar dicha información.

La Subdirección de Producción se encarga de la elaboración de spots promocionales solicitados por dependencias universitarias, así como de brindar apoyo y servicio técnico a las dependencias que lo requieran.



Por su parte, la Unidad de Coyoacán procura coordinar las actividades de los centros de producción audiovisual de las diferentes escuelas, facultades y dependencias universitarias, así como de promover la formación de recursos humanos para especialistas en tecnología educacional y en la producción de recursos audiovisuales.

La Subdirección Técnica, dictamina las peticiones de equipo, materiales y reparaciones de acuerdo con programas preestablecidos, produce materiales y programas audiovisuales para escuelas, facultades y dependencias universitarias que lo soliciten, y en general, se encarga del mantenimiento y conservación de los equipos técnicos con que cuenta esta dependencia.

Directamente dependientes de la Dirección General de Televisión Universitaria se encuentran las oficinas de Noticias y Programas Especiales y de Promoción e Imagen.

La primera se responsabiliza por la producción cotidiana de la programación noticiosa de la UNAM, en la barra que Imevisión le tiene reservada todas las mañanas. El noticiero Universitario lleva el nombre de "Presencia Universitaria" y por su contenido y naturaleza editorial, guarda gran parecido con la Gaceta de la UNAM. Por su parte el departamento de Promoción e Imágen se encarga de elaborar las imágenes promocionales con las que se trata de identificar la programación de TV-UNAM, tanto a través de este mismo medio, como producto de la radio o la prensa.

Como se puede ver, en el caso de la televisión universitaria se nota un mayor interés por los aspectos puramente técnicos en referencia a los que se podrían denominar académicos o humanísticos.

En todo caso, solo las subdirecciones de Planeación y la Unidad Coyoacán contemplan entre sus actividades, algunas dedicadas a la investigación en materia televisiva y de sus aplicaciones en el renglón educativo.

Debe admitirse que tal intención de alguna manera ya cumple con los requerimientos mínimos que debe exigir una televisora universitaria; sin embargo -- también debe asentarse que de lo que se trata es de llevar al nivel de sistema y método dicha intención.

Si en el caso de la televisión universitaria, las deficiencias se interpretan desde el énfasis, --no necesariamente incorrecto, aún cuando si desproporcionado-- por los aspectos técnicos que tiene naturalmente este medio, en Radio UNAM se podría decir que sucede algo opuesto a lo anterior.

Si en Radio UNAM también se nota una marcada intención por contar con subdependencias especializadas en cuestiones técnicas, el contenido de la programación, así como el carácter rígidamente cultural que se ha imbuído a su personalidad como estación radiodifusora, ha dado como resultado una imagen demasiado ligada a lo que se conoce como la "alta cultura".

Si bien es justificado que una estación como Radio UNAM se preocupe por presentarse como una alternativa ante el triste panorama que el cuadrante ofrecen casi la totalidad de las radiodifusoras comerciales de este país, ello no debe ser obstáculo para que en esta estación tenga cabida expresiones igualmente válidas e importantes de la cultura popular y el quehacer universitario.

No se trataría de llevar contenidos insulsos y mundanos a la programación de Radio UNAM; se trataría más bien de contemplar la posibilidad de que esta radiodifusora incluyese un abanico más amplio de contenidos interesantes y de actualidad dentro de sus barras de programas.

Independientemente de que se procure siempre dirigirse al auditorio que propiamente se considera como el más culturizado de nuestra sociedad, y que -- por ello se argumente que presumiblemente sea de niveles académicos universitarios, una de las metas lógicas de todo medio electrónico es la de alcanzar lo que se llama en términos comerciales de este ámbito de la comunicación, los mayores "ratings" posibles.

Esta aseveración se refuerza con los objetivos que se plantea a sí misma la Universidad en materia de Extensión Cultural, y que enfáticamente asientan -- que dicha extensión debe llegar a la mayor cantidad posible de individuos de nuestra sociedad.

Radio UNAM, para llevar a la práctica los objetivos institucionales que se ha propuesto, se organiza administrativa y operativamente en dos subdirecciones:

la de Planeación y la Técnica (3)

La primera esencialmente se encarga del diseño y la producción de programas y servicios, siempre de acuerdo con los objetivos de la Dirección General. La segunda, de la transmisión de dicha programación de acuerdo con los horarios y formas en que lo establezca la misma Dirección y en base a la naturaleza de cada una de las tres frecuencias con que trasmite.

En la Subdirección Técnica, se cuenta con un departamento de servicios culturales que como su nombre lo indica, enfatiza en sus actividades la promoción de este tipo de labor, particularmente la que desarrolla la misma Universidad.

También cuenta con gran peso específico el departamento de información y promoción, ya que de él depende una de las programaciones más reconocidas para esta estación: sus noticiarios.

Por su trayectoria y merecimientos, Radio UNAM difícilmente podría ser cuestionada desde el exterior, a no ser que la crítica proceda de mentalidades retrógradas o interesadas. Por lo que respecta a las críticas procedentes de la misma comunidad universitaria, éstas bien valdría la pena que fuesen tomadas en cuenta cuando son expresadas de manera constructiva y con conocimiento de causa.

Como un precedente incuestionable de lo anterior, se nos presenta la serie de sesiones de discusión que entablaron las autoridades universitarias con la orga

nización estudiantil en relación a la necesaria pero discutida reforma universitaria propugnada originalmente por el Dr. Carpizo.

Fue notorio y reconocido, tanto por la comunidad universitaria que en uno u otro sentido de la discusión se pronunciaba, como por la misma opinión pública, que el hecho de que se hubiese difundido la secuencia ya histórica de estos diálogos, sentó claramente un ejemplo potencial de lo que podría ser para la sociedad en su conjunto, el manejo liberal y desinhibido de una transmisión radiofónica que rompa con los cánones establecidos.

Independientemente de la alegata sobre a quien le podría asistir el reconocimiento, el hecho mismo de esta apertura muestra la capacidad de la riqueza del mensaje radiofónico universitario.

Tomando en cuenta este ejemplo singular, resulta necesario reconsiderar la posibilidad de concebir desde una nueva perspectiva el papel social que pueda jugar Radio UNAM en el contexto universitario y nacional.

Para que dicha potencialidad pudiese ser aprovechada tendríamos que pensar asimismo, en la alternativa de transformar el régimen de planeación y funcionamiento de esta radiodifusora, sin el temor de que se llegase a convertir en foco de politización unilateral.

La radiofonía significa para la comunidad universitaria un foco de enlace y comunicación que se debe aprovechar en toda su capacidad.

Cuando se proponen nuevos y diversos temas para este medio, se está hablando - de la necesidad de otorgarle al quehacer universitario y a quienes lo desa- rrollan la posibilidad real de incidir en el fenómeno social de México a tra- vés de este recurso comunicacional.

Por lo que respecta a la Gaceta de la Universidad, caben en su caso, algunos- señalamientos.

Este órgano de información interno de la Universidad ha sido considerado co- mo un elemento importante de ejercicio de poder académico y político.

En tal medida si bien y de manera formal había sido ubicada orgánicamente co- mo una subárea dependiente de la DGP, por lo menos hasta el pasado reciente, y ante el hecho de haber tenido que ser subsidiaria de una oficina ahora ya desa- parecida ( la Secretaría de Rectoría), se ha optado por otorgarle la catego- ría de Dirección, bajo el control lógico de la Coordinación de Comunicación- Universitaria.

Medida acertada en lo funcional e incluso por sus connotaciones políticas, - que son insoslayables, la estructura de la Gaceta UNAM deja mucho que desear, no tanto por su organización que responde al modelo de un órgano impreso de - características "locales", sino más bien por el contenido y la orientación - editorial y de estilo en que se le ha encasillado.

Si se asienta antes que la riqueza comunicativa ya demostrada por la radio, -

obliga a la Universidad a sublimar al máximo su explotación, en el caso de esta publicación interna algo parecido se puede sostener.

La magnitud cuantitativa y cualitativa de la población que compone a la comunidad universitaria, tanto en el espacio físico en que ésta lleva a cabo sus actividades académicas y de investigación, como por la diversidad social e ideológica de la misma, invitan a los responsables de la comunicación social de la UNAM a informar amplia y profesionalmente sobre la vida y desenvolvimiento de su sociedad interna.

Compuesta por dos subáreas (4), los departamentos de Diseño Gráfico y difusión, la Gaceta adolece de la falta de una oficina especializada en la investigación directa del quehacer universitario. Dependiendo totalmente de la "Orden del día" y de las inserciones promocionales e informativas de los servisios y actividades académicas, laborales y culturales que lleva a cabo la propia Universidad, a este medio impreso le queda poca opción para descubrir y proyectar por sí misma la inmensa variedad de caracteres sociales e individuales que cualquier universitario percibe cotidianamente en su actividad normal.

Personalidades interesantes e incluso brillantes, singularidades prototípicas de la comunidad universitaria, colorido y particularidad social, se le escapan a Gaceta, sacrificándose con ello un cúmulo de información que le corresponde divulgar.

La idea se basa en la tesis de que a este órgano informativo le toca por su propia naturaleza explotar noticiosamente aspectos que los otros medios no pueden desarrollar con la libertad editorial con que ésta podría hacerlo.

Separada de todo este contexto, que en principio ha sido cohesionado bajo la coordinación de una área especializada en comunicación social universitaria, se encuentra la política y la estrategia de comunicación, difusión e información del quehacer cultural de la Universidad.

Siendo evidente el riesgo de una centralización o ultranza de este recurso que como se señala antes, puede ser considerado como un recurso de poder, se advierte y se sugiere el análisis que conlleve eventualmente a la decisión de englobar incluso a este sector dentro del ámbito de influencia de esta Coordinación.

El riesgo mencionado en el párrafo anterior, bien podría ser anulado o inhibido mediante la creación de un cuerpo colegiado que asesora a la Coordinación de Comunicación Universitaria, ponderando con sentido de equilibrio y razonablemente, las estrategias y tácticas planeadas y propuestas por esta dependencia en materia de información, difusión y comunicación.

Esta, una vez más se advierte, es una temática que habrá de tratarse en los capítulos posteriores.

Por lo pronto y en resumidas cuentas, podemos concluir esta parte del presente trabajo con algunas consideraciones finales.



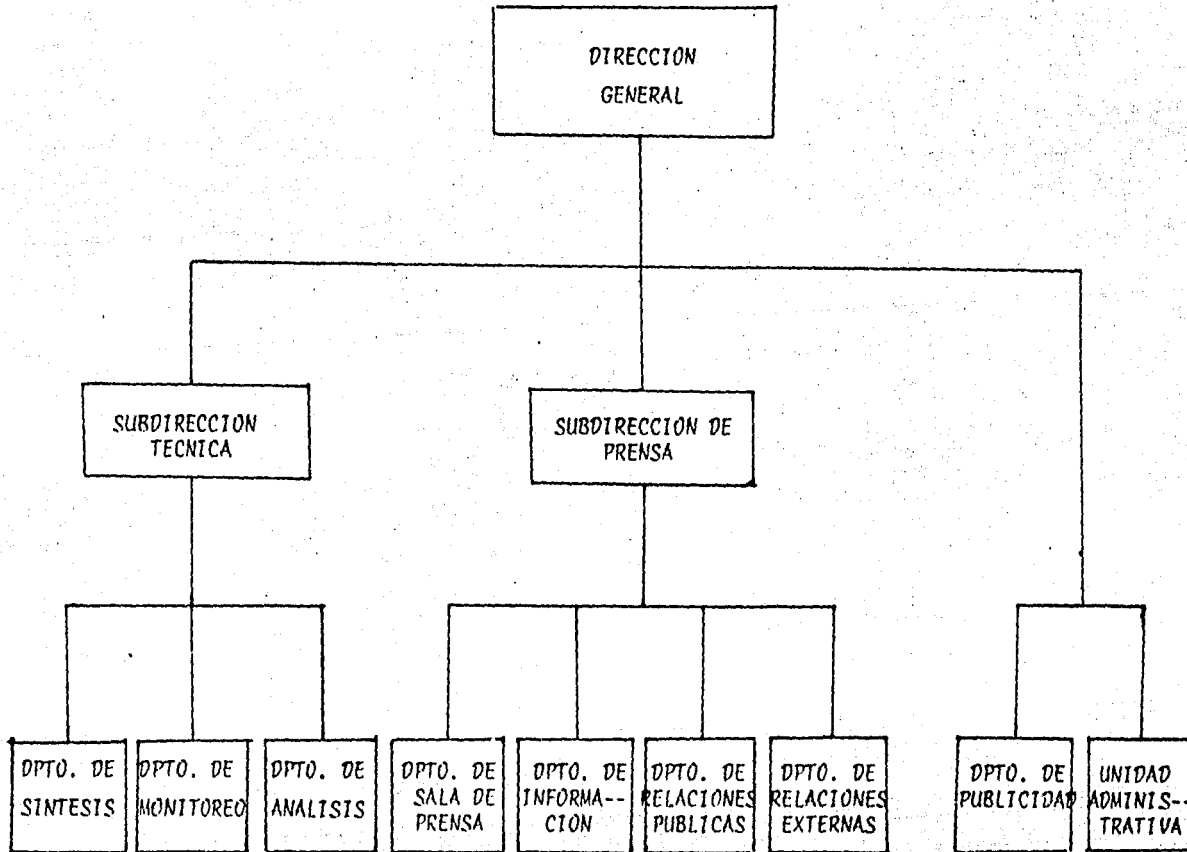
Como se expone y advierte en el desarrollo de estas páginas, en mayor o menor medida las estructuras y organización de las dependencias universitarias de comunicación social, merecen y requieren una readecuación que les facilite el ejercicio de un rol consecuente con el dispuesto para la Universidad Nacional.

No se trata de aseverar que todo esté malamente planeado en la actualidad; lo que se propone es la búsqueda de nuevas fórmulas y modelos que de manera definitiva y consecuente, coadyuven en la realización plena y amplia de la -- razón y objetivo en que se fundamenta la Universidad Nacional Autónoma de -- México.

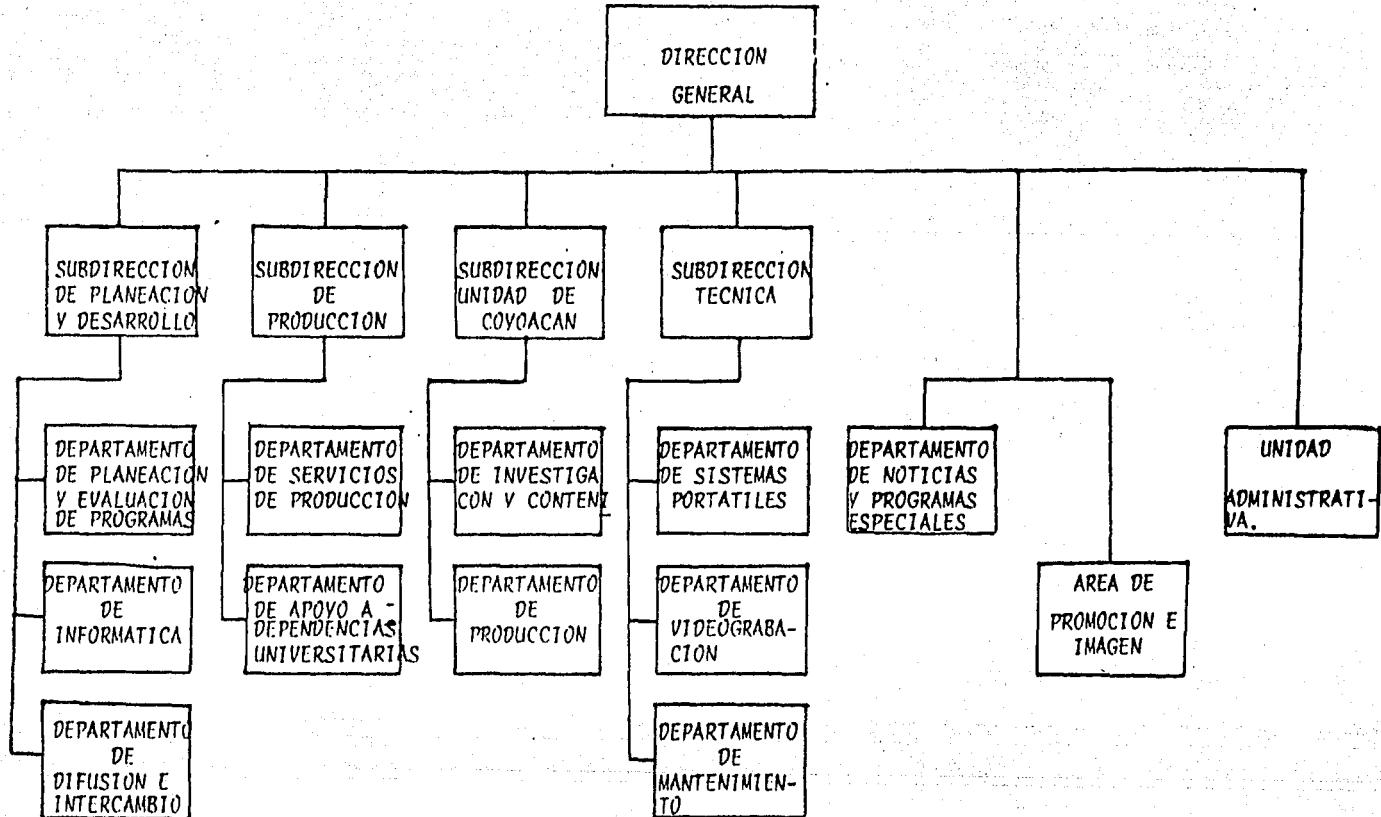
La estructura y organización vigentes tienen sus aciertos y ventajas; si -- lo que se busca, aún cuando el término puede resultar ambiguo o relativo, es el democratizar y ampliar el grado de participación de la comunidad universita -- ria, ello debe hacerse con la aceptación de que tal medida debe ser mensurada y controlada por un eje coordinador y de utilidad que impida una unilateralidad que pueda llegar a sacrificar o impedir la libre expresión del amplio abanico de posiciones e interpretaciones que convergen y conviven en la -- UNAM.

Por último, se agrega que en este capítulo se anexan los organigramas de las dependencias analizadas y comentadas en el mismo.

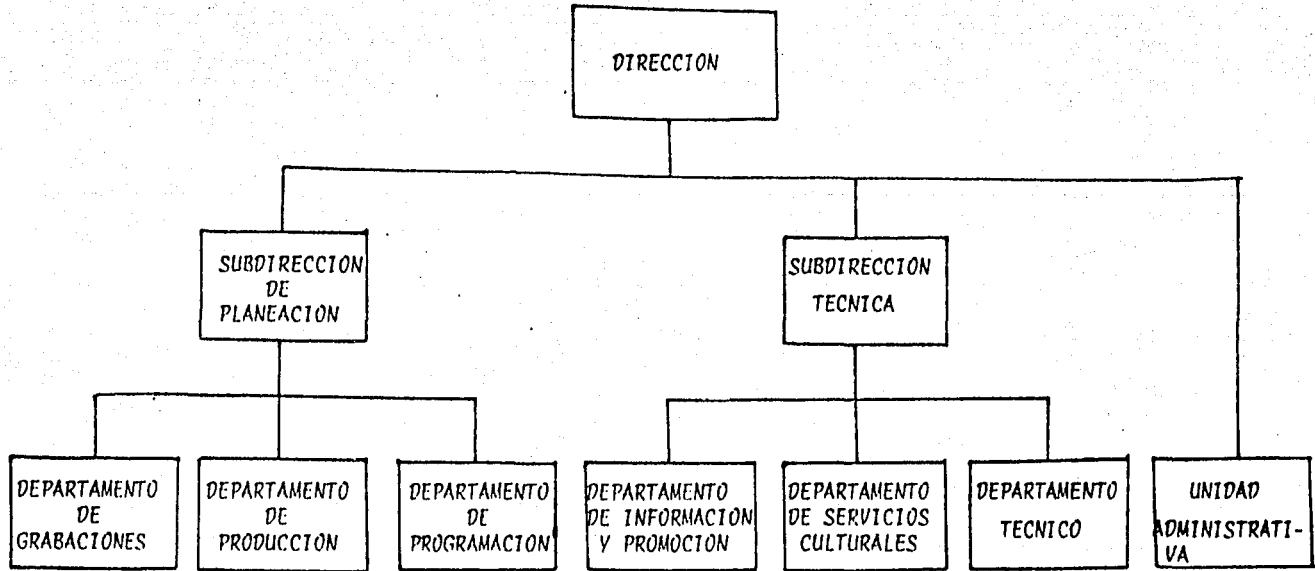
(1).-DIRECCION GENERAL DE PRENSA



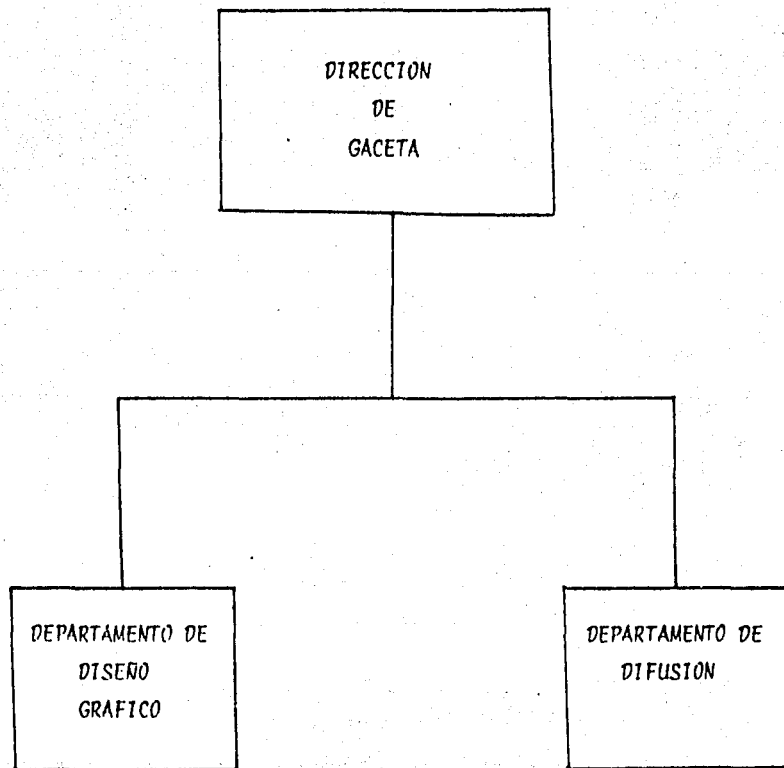
(2).- DIRECCION GENERAL DE TELEVISION UNIVERSITARIA



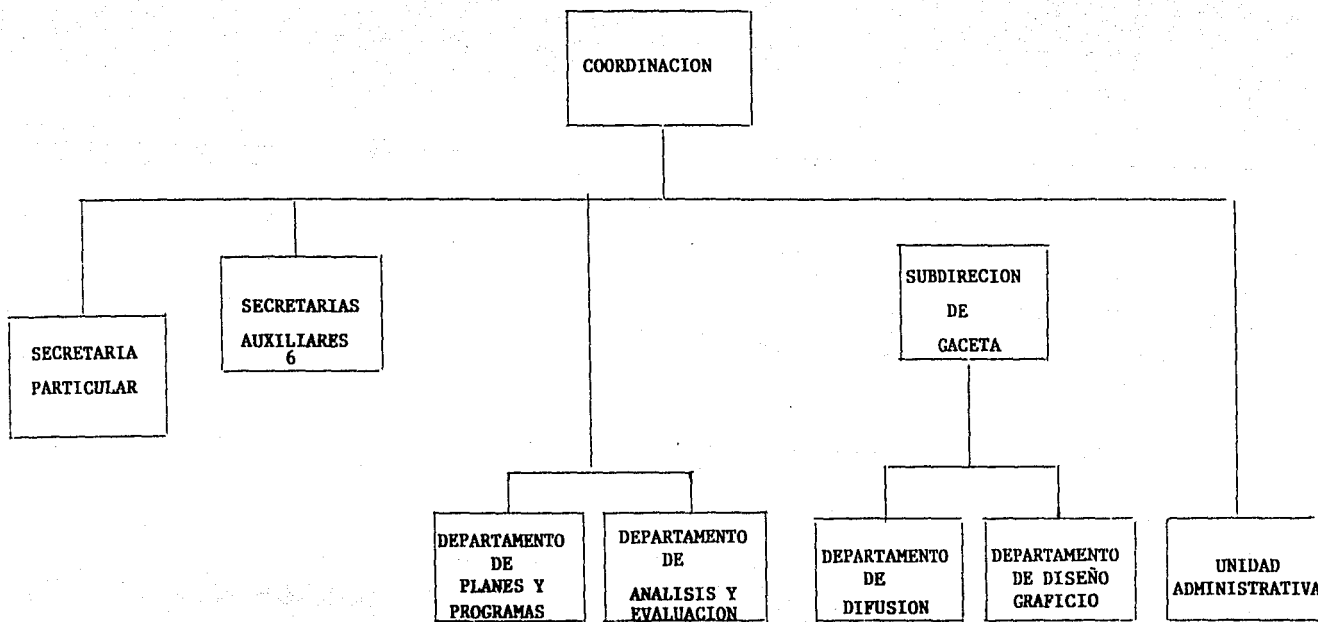
(3). - RADIO U N A M



(4).- DIRECCION DE GACETA



(5) COORDINACION DE COMUNICACION UNIVERSTARIA  
DIAGRAMA DE ORGANIZACION



#### CAPITULO IV. DISCERNIMIENTO, SELECCION Y ORGANIZACION DE NUEVAS ESTRUCTURAS DE COMUNICACION SOCIAL UNIVERSITARIA.

En el capítulo precedente, se trata de denotar el carácter disperso de las políticas y estrategias que en comunicación e información tienen las diversas dependencias universitarias especializadas en este rubro de la actividad que desarrolla la UNAM.

Como se explica en esas páginas, si bien cada una de estas áreas procura englobar en su esfera de actividad a todas las funciones que sustantiva e institucionalmente le corresponde a la Universidad llevar a cabo, los resultados que se observan muestran una disparidad en cuanto al énfasis que se pone, ya sea a la investigación, la cultura o la docencia.

También y a pesar que por lo menos en el caso de TV-UNAM (cuya programación abarca una gran diversidad de temas propios del quehacer universitario, particularmente a través del programa "Prisma Universitario") se deja ver un interés evidente por abarcar todo el abanico científico y cultural de la UNAM, la evaluación general de su programación no demuestra que exista un proyecto específico de comunicación social universitaria (1).

Esta impresión se repite en los casos de Radio UNAM y de la prensa universitaria; en el primero, por el excesivo tratamiento de temas musicales considerados como de alta cultura, con menoscabo de su programación de divulgación -- que si bien es muy variada, no representa en los tiempos algo significativo -- (2); en el caso de la prensa, porque la información sobre temas relativos a --

la investigación y la docencia se presenta solo mediante la obligación que le imponen las circunstancias.

De esta manera podemos diagnosticar de manera general del problema de la comunicación universitaria, aseverando que cada una de estas dependencias se da cierto desequilibrio por alguna de las funciones universitarias con sa crificio de las otras.

Para contrarrestar esta tendencia y con ello establecer un equilibrio progra mado de la información y la comunicación que produce nuestra casa de estu-- dios, en este apartado del trabajo que se viene desarrollando se propondrán algunas alternativas que se consideran como viables y posibles de realizar.

Tomando en cuenta que dentro de la estructura vienen en el área de comuni cación universitaria, ya se cuenta con las subdependencias que se encargan de los aspectos técnicos de la misma, podemos arguir que sería entonces ne cesario crear otras que se especialicen a su vez, en los ángulos programá ticos y teóricos.

De esta forma el trabajo técnico se podría dirigir hacia la difusión bien pro yectada de las realizaciones y avances de las funciones de la Universidad, - cumpliendo con ello plenamente, con una de las obligaciones principales de -- esta casa de estudios.

De la manera con que se implementaría este nuevo recurso a nivel estructural,



ofrece algunos problemas y oposiciones que se darían tanto desde las opiniones consideradas como "institucionales", como desde las que se autodefinen como de "oposición" o "independientes".

La propuesta en sí consistiría en la creación de un cuerpo colegiado que se encargase de estudiar las necesidades y compromisos que la UNAM tiene en materia de comunicación social, específicamente en lo relativo a la difusión de lo correspondiente a sus tres funciones esenciales, para aconsejar y orientar las decisiones de la Coordinación.

La naturaleza y organización de este cuerpo nos obliga además a algunas apreciaciones dignas de ser tomadas en cuenta.

En principio, la composición misma así como el origen académico de las personas que se incluirían en este organismo vendría a ser sin duda, tema de gran discusión .

Una vez más basándonos en el objeto y la razón de este trabajo, iniciaríamos por señalar que muy posiblemente tendrían que ser miembros de la comunidad universitaria directamente ligados con las labores de docencia, investigación y extensión, así como de los propios medios de comunicación de la Universidad, los idóneos para este trabajo de asesoramiento.

Así, para el caso de la investigación, a miembros del personal del Centro Universitario para la Comunicación de la Ciencia y en el caso de la investigación

social, algo similar.

Por lo que corresponde a la docencia, se tendría que revisar la alternativa de incluir para este sector de las funciones universitarias, a miembros del personal académico de cada una de las grandes áreas escolares en que se dividen la academia universitaria; así, se tendría que considerar a representantes de las áreas de físico-matemáticas, químico-biológicas, económico-administrativas y humanidades.

Para el caso de la extensión universitaria, a representantes tanto de la Difusión Cultural propiamente, como a aquellos que procedan de Extensión Académica.

Por último y considerando que en este cuerpo consultivo sería obligatoria e indispensable la presencia de profesionales en comunicación social, se tendrían que incluir en el mismo a representantes de cada uno de los medios universitarios, con el fin de analizar de los programas y objetivos comunicacionales que se planteasen, los recursos más apropiados en función de la capacidad de los lenguajes y características particulares de dichos medios.

Esta es solo una de las varias alternativas de organización y conformación del cuerpo colegiado propuesto.

Otra podría ser la designación del mismo por conducto del Consejo Universitario órgano de gobierno de la UNAM que cuenta entre sus miembros a representantes de

todas y cada una de las áreas académicas que intervienen en el cumplimiento de las funciones institucionales de esta casa de estudios.

A través de este Consejo y como se lleva a cabo regularmente para atender cuestiones específicas del quehacer y la problemática universitaria, se puede nombrar a una comisión especial que desarrolle los trabajos de asesoramiento que se proponen antes.

Cabe señalar entre los problemas que se vislumbran, la dificultad y discusión que se presentaría ante la necesidad de clarificar de manera legal e inobjetable para toda la comunidad universitaria, las formas y mecánicas con las que se tendría que elegir a los miembros del cuerpo consultivo en materia de comunicación social de la Universidad.

Ante la heterogeneidad de los sectores sociales, políticos y académicos que conforman a la comunidad universitaria, difícilmente se podría atender demandas e intereses de todos ellos.

Basándonos en usos y costumbres universitarios así como en lo que la propia legislación universitaria nos plantea, tendríamos que considerar que si bien por un lado las políticas escogidas en este renglón corresponden por derecho a la Rectoría, no podemos dejar a un lado las potenciales decisiones a las que a su vez llegue el ya próximo Congreso Universitario, donde sin lugar a dudas este tema será incluido en la agenda de sus discusiones.

**ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

En principio, y calculando que una opción como la que se propone pudiese ser tomada en el futuro inmediato, se podría asimismo proponer que la selección del personal que intervendría en este cuerpo corriese a cargo de las direcciones y coordinaciones de cada una de las áreas académicas, de investigación y extensión de la UNAM, o bien, a través de los Consejos Técnicos de ellas mismas.

Comprendiendo y aceptando que tanto los alcances como las limitaciones a las que se vería sujeto este órgano de apoyo le evitarían la toma de decisiones sobre políticas y estrategias comunicacionales, para su conformación se tendría que aceptar el hecho de que éste es simplemente un cuerpo de consulta y no un cuerpo de gobierno; por lo mismo podríamos entender que su estructuración no deberá concebirse como una posición política.

Para el objeto de estudio de este trabajo, resulta más importante tratar de discernir el sistema con que llevaría a cabo sus labores el cuerpo de asesores que se sugiere en este capítulo.

Como se plantea, la idea de su funcionamiento se fundamenta en la obligación que tiene la UNAM por difundir tanto a la propia comunidad universitaria como a la sociedad nacional en su conjunto, la recreación de la cultura, la ciencia y la academia que se genera en su campus, ahora por conducto de los recursos de amplitud y alcance social que tienen los medios de comunicación.

En tal sentido, y siguiendo la línea de ideas que nos conducían a pensar - -

en la posibilidad de imbuirles a estos medios un carácter diverso y en franca diferencia como alternativa respecto a los que podríamos denominar como de -- concepción comercial (incluyendo en ellos a los "estatales") habría que partir para ello, de la intención de reestructurar su planeación y programación.

De este modo, el cuerpo consultivo al que se hace referencia antes, tendría que dividir sus esferas de trabajo en función de los objetivos comunicacionales de cada una de las áreas de influencia y aplicación social de las tres funciones básicas de la Universidad.

Así, para inciar la ejemplificación que se propone, para el caso de la prensa universitaria, y admitiendo que paralelamente ésta tendría que continuar con su labor cotidiana de ser el vocero oficial de la UNAM, podríamos indicar que la comisión asesora tendría entre sus obligaciones la de evaluar, definir, -- proyectar y planear, estrategias y tácticas específicas para este medio.

Partiendo del entendido que la capacidad informativa así como el alcance y la penetración de los recursos periodísticos cuentan con características particulares, en las que se incluyen tanto cualidades como limitaciones, la política universitaria en medios impresos, radio y TV comerciales, se vería en la necesidad de programar la difusión de los objetivos de la UNAM, con el marco de referencia propio de este ámbito comunicacional.

Al integrar este cuerpo asesor representantes de cada una de las áreas de labor de estas funciones, tendría que dividir su trabajo de planeación de tal -

forma que se llegáse a la proposición de estrategias precisas para cada una de ellas, de manera que al presentarse un proyecto directamente ideado para este medio, se contáse con una panorámica que tomara en cuenta tanto a la do cencia, como a la investigación y a la extensión.

Algo similar tendría que funcionar para la radio y la televisión universitaria, así como para la propia Gaceta.

Retomando la intención que se le propone a los trabajos de esta comisión, ya que las características de los mensajes que se proponen para la comunicación universitaria, es materia del siguiente capítulo, pasaríamos a la explica- ción de la relación administrativa y orgánica que debe tener este cuerpo con sultor.

Como se señala antes, este cuerpo o comisión asesora tendría como obligación esencial la de aconsejar y elaborar para la Coordinación de Comunicación Unversitaria, los lineamientos básicos de lo que podría ser una política de co municación social para la Universidad.

Esta política tendría como objeto principal, el llevar con toda la amplitud, cobertura y oportunidad posibles los avances que la misma Universidad alcan- za dentro de sus tres funciones institucionales.

Para que éstas tengan cabida en la emisión sistematizada y programada de la co municación social universitaria, se requiere de su completo conocimiento--

así como de los aspectos de las mismas que deban ser dados a conocer por su interés e importancia.

Dado que en gran medida buena parte de este material puede resultar de difícil manejo en los medios, ya sea por su complejidad científica o cultural, ya sea por los obstáculos que imponga como objeto de información o comunicación, buen parte de la responsabilidad de la labor desempeñada por esta comisión recae conjuntamente entre los que conocen el tema y quienes saben como traducirlo al lenguaje de los medios.

De esta forma se nos presentará como uno de los retos el entender que la televisión, la radio y los medios impresos cuentan con características especiales para cada uno de ellos y que en gran medida los contenidos que se expresen por su conducto dependen en su efectividad informativa, de que sea correctamente aplicados.

Así pues, se sobreentiende que la preocupación esencial del grupo de asesores será la de programar y planear las estrategias y políticas de comunicación universitaria, tomando en cuenta las particularidades antes señaladas.

Para lograr ésto, la mecánica que pudiese ser la apropiada es la siguiente: Tratándose de difusión sobre la investigación científica, se procura primeramente plantear los objetivos y metas a alcanzar en este renglón, dentro de las políticas comunicativas. Se discernirá qué temática es la que la UNAM más le interesa divulgar, no sólo en función de importancia noticiosa, - -

sino comprendiéndola como parte del bagaje de conocimientos que conviene dar a conocer, especialmente a la comunidad universitaria, y en un segundo término a la propia opinión pública.

En este punto es donde la Universidad, a través de este cuerpo colegiado y -- de la propia Coordinación de Comunicación Universitaria emprendería lo -- es uno de los puntos nodales para alcanzar avances significativos en materia de comunicación social: la investigación y la experimentación de nuevas fórmulas de emisión de mensajes.

Una disciplina que hasta el momento se encuentra algo atrasada en nuestro país, tendrá entonces cabida dentro de los esquemas de preparación y capacitación académica que desarrolla la casa de estudios: el periodismo de divulgación científica. Cabría entonces considerar la utilidad de proponer, ya sea la misma Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, o en todo caso a este cuerpo asesor, la creación de un rubro especial de enseñanza sobre lo que es y el como debe ejercerse el llamado periodismo de divulgación científica.

Habría que entender asimismo a esta especialidad de las ciencias de la comunicación no sólo desde el aspecto literario, si se quiere definir así el nivel de producción de textos accesibles sobre temas tan escabrosos casi siempre, sino incluyendo en su concepción a la producción de televisión y radio que -- llegue a ilustrar con eficiencia comunicacional este tema.

Este tema es necesario porque de hecho se está hablando de la alternativa de-



producir programas expresamente diseñados para reforzar los objetivos académicos-escolares de la Universidad, amén de la importancia trascendental que tendría para la comunicación social del país la creación de modelos propios de divulgación científica.

De esa forma los miembros de la comisión asesora tendrían la oportunidad de ofrecer a la Universidad la posibilidad de cumplir con creces con sus obligaciones.

En el caso de la investigación en Humanidades, por su importancia y por la potencialidad que tiene de presentar alternativas y proposiciones concretas encaminadas a resolver muchos de los grandes problemas nacionales, la trascendencia de un trabajo como el que se sugiere aquí salta a la vista, no sólo como material informativo o de divulgación, sino además como elemento concientizador de nuestra sociedad.

Para el caso de la docencia, la utilidad que se percibe redundaría básicamente en el fortalecimiento de los cánones tradicionales de enseñanza-aprendizaje.

Materiales que complementen los programas de estudio de las diversas disciplinas, tanto por conducto de radio o televisión-especialmente a través de esta última-, es una opción que vale la pena revisar.

Por otro lado e insistiendo en el carácter estructural de la organización universitaria en la que su subestructura comunicacional participa íntimamente, - se debe visualizar asimismo que las tres funciones sustantivas de nuestra ca-

sa de estudios son complementarias entre sí y que por lo tanto se debe reflejar en el material informativo que las dependencias de la Coordinación producen.

De esa manera, los avances de la investigación podrían ser definitivamente-- incluidos a través de los medios de comunicación universitarios, en los programas de estudio oficiales de la UNAM, procurando así que tanto maestros -- como alumnos se enteren y participen de esta rama del quehacer universitario.

Para la Difusión Cultural así como para la Extensión Académica, se tendría-- que idear otra fórmula, ya que estas son dependencias autónomas de la Coordinación de Comunicación.

Apoyándose en el espíritu que debe tener la actividad universitaria y en la admisión de que la potencialidad difusora de los medios en mucho puede ayudar a los objetivos de estas dependencias, se piensa que no sería imposible llegar a un acuerdo institucionalizado de mutua colaboración.

Al igual que en el caso de la investigación, que se concibe como complemento de la actividad docente, la Extensión de la cultura debe ser asumida de la -- misma forma.

Esta necesidad se refuerza si recordamos lo diagnosticado en los capítulos -- anteriores: a pesar de la riqueza y calidad de la actividad cultural universitaria, a pesar de las magníficas instalaciones con que cuenta nuestra casa--

de estudios para el desarrollo de las mismas, se puede decir que es un mínimo de la población estudiantil, laboral y magisterial la que aprovecha este rubro de la vida de la UNAM.

Así sobresale el uso probable de los medios en este renglón y que de la misma manera que en el caso de la investigación, invita a los "comunicadores" universitario a la investigación y la experimentación en materia de comunicación social.

La idea de que la transformación misma del país conlleva a la transformación de la propia Universidad sugiere la necesidad de cambiar también las reglas estructurales que al interior de la UNAM prevalecen en estos aspectos de la actividad de la máxima casa de estudios.

Es cierto que hasta ahora las políticas de comunicación social han sido detenidas por la administración central, y que además ello resulta procedente. Sin embargo, debemos empezar a pensar en la posibilidad de que se le confiera a los sectores de la comunidad parte de la responsabilidad social que se infiere del trabajo comunicacional.

La necesidad de crear esta comisión especial de asesoramiento se fundamenta en dicho requerimiento.

De este modo incluso cabe la alternativa de considerar la inclusión en el mismo de representantes del estudiantado, especialmente de aquellos que desarro-

llan estudios ligados directamente con esta actividad, como serían los casos de las carreras en Ciencias de la Comunicación, Contaduría, algunas ramas de la Ingeniería y la Informática.

Estos representantes estudiantiles podrían ser seleccionados de o por el Consejo Universitario o los Consejos Técnicos de las carreras mencionadas.

Para acercarnos aún más a la idea propuesta en este capítulo, podríamos concretizar otros aspectos operativos que se meditan para el caso:

Cada una de las direcciones que atienden la programación y producción de mensajes universitarios tendría que contar en su interior, con lo que se podría definir como los interlocutores directos de la comisión asesora referida en este apartado.

Esta(s) subdependencia(s), dividiría sus responsabilidades en función de cada una de las labores básicas de la UNAM, de tal modo que su trabajo se dirigiera específicamente a un solo rubro.

De esa manera, tanto en TV-UNAM como en Radio UNAM y Prensa se contaría con departamentos que investigasen y propusiesen mensajes especializados en docencia, investigación y extensión, ya sea como respuesta a las consideraciones sugeridas por la comisión asesora, o como propuestas a su vez dirigidas a ésta para su análisis.

Esta idea se basa en la premisa esencial del proceso comunicativo ideal que postula a la retroalimentación recíproca como elemento primario que se debe dar para que la comunicación sea considerada como tal.

En este punto cabe hacer un señalamiento: la Coordinación a su vez se encuentra compuesta en su interior, por varias Secretarías que colaboran y asesoran la planeación informativa y comunicacional de la Universidad.

Estas, básicamente se dirigen en sus actividades hacia la planeación y la evaluación de los materiales producidos y proyectados para el futuro.

Por ello podemos decir que ya se interpreta en este momento correctamente, de acuerdo a la perspectiva en que se sitúa este trabajo, el quehacer comunicacional de la UNAM al tratar de impedir el riesgo de la eventualidad y la improvisación.

Ahora más que antes se justifica que las dependencias de comunicación social de la Universidad se avoquen a la tarea de difundir no sólo con toda amplitud los avances de esta casa de estudios sino además, demostrar que puede ofrecer a la sociedad nuevas alternativas en el orden de los mensajes y los contenidos que se transmiten a través de sus propios medios de comunicación.

Así pues y logrando este nivel de colaboración entre las áreas universitarias que llevan a cabo las labores relativas a las funciones de la UNAM, se requeriría como un segundo paso, que las dependencias comunicacionales se

coordinasen entre sí bajo el control de la CCU, para elaborar proyectos de información y difusión, que como se ha insistido en el presente capítulo, -- aprovechen de la mejor forma posible las cualidades de cada medio, pero siempre concibiendo estos planes de manera conjunta y complementaria.

En este segundo nivel de la preparación y proyección de los mensajes universitarios es donde se produce en sí, la difusión de la comunicación social -- de la UNAM.

Con las necesidades y políticas debidamente definidas, es cuando las subdependencias comunicacionales de características eminentemente técnicas, se dedican a la producción de la programación, que tanto para prensa como para radio y televisión se ha decidido.

Como es de suponer, la naturaleza de este tipo de mensajes tendría que ser seleccionada y escogida por las autoridades ejecutivas de la CCU, siempre en base a los planteamientos generales que la comisión asesora sugiriese.

Sin embargo y ante el requerimiento de que en este trabajo se proponga algo concreto al respecto, en el siguiente capítulo se procurarán presentar algunas de las ideas que el sustentante supone convenientes.

Básicamente se piensa que los medios de comunicación social universitarios -- pueden organizadamente ofrecer a la comunidad y a la sociedad mexicana, un verdadero programa de divulgación que podría llegar a ser una verdadera al--

ternativa en el panorama anquilosado que actualmente se percibe en prensa, -  
radio y televisión nacionales.

Notas

(1) Televisión Universitaria transmite aproximadamente 1300 programas anuales, divididos en 260 noticieros, 52 de lo mejor de "Presencia Universitaria", 52 de Deportemas, 312 de Premios Universidad Nacional, 416 de Prisma Universitario, 260 de Filmoteca y aproximadamente 120 cápsulas promocionales de treinta segundos.

Fuente: Coordinación de Comunicación Universitaria; video demostrativo de las actividades de esta dependencia presentados en la exposición "La Universidad en el Umbral del Siglo XXI". México, octubre de 1987.

(2) Radio UNAM realiza alrededor de 5000 programas que pueden dividirse en 1905 servicios noticiosos, 365 programas sobre la proyección fílmica en recintos universitarios, 240 transmisiones de actividades culturales, 240 médicos, 156 de investigación científica, 52 de redacción 52 de filosofía contemporánea y otros.

Fuente: Coordinación de Comunicación Universitaria; video demostrativo de las actividades de esta dependencia, presentado en la exposición "La Universidad en el Umbral del Siglo XXI", México, octubre de 1987.



CAPITULO V.- PROPUESTA SOBRE LA ESTRUCTURA DE LA PROGRAMACION, LOS CONTENIDOS Y ORIENTACIONES GENERALES DE LA COMUNICACION SOCIAL UNIVERSITARIA.

Llegando al nivel de los hechos, aún cuando en estas páginas se trata sólo de una propuesta idealizada desde el punto de vista personal, corresponde ahora sugerir la naturaleza general de la programación que vendría a concretizar todas las premisas teóricas expuestas en los apartados precedentes.

Continuando con la secuencia de ideas que nos conducen a señalar que se debe construir el sistema de comunicación universitaria en función de los objetivos mismos de la Universidad, se debe entonces concebir una política que equilibradamente produzca a nivel de mensajes, una difusión amplia de lo que es la docencia, la investigación y la extensión.

Al mismo tiempo, se debe tener bien presente que lo que se difunda de cada una de estas funciones, habrá de ser planeado para los medios con los que la UNAM cuenta para tal efecto.

Por otra parte, ello se sugerará al conocimiento profesional de las características propias de éstos, presuponiendo de antemano que ciertos contenidos y objetivos comunicacionales rendirán mejores frutos si son difundidos por algunos de ellos en especial.

En este punto, y aún cuando a nivel internacional se cuenta ya con ciertas reglas y experiencias positivas para la divulgación de temas de índole similar al que

correspondería a mensajes de nivel universitario y que por ello resulta más - que justificable aprovecharlas, es imprescindible admitir como proyecto específico, la investigación y experimentación en nuevas fórmulas de comunicación, - que sean llevadas a cabo por la propia Universidad y su comunidad.

Este nivel experimental ofrecería errores y aciertos, avances e investigaciones fallidas; tendríamos que considerar también la necesidad, que ahora se plantea como una proposición más, de crear un centro de investigación experimental en este renglón.

De esta forma se procuraría que todo mensaje emitido por los medios de comunicación de la UNAM, tuviese la calidad indispensable para ser aceptado y entendido como producto propio y correspondiente del nivel que tiene la Universidad. Tanto ante la opinión pública como en la comunidad universitaria, la UNAM cortaría con un centro de capacitación profesional que actuase complementariamente a los laboratorios y talleres de producción radiofónica, televisiva y de redacción periodística, que se integran en los programas de estudio de las carreras afines a la labor de comunicación social.

Todo esto, sin dejar de aprovechar las fórmula demostradamente útiles para la divulgación científica y cultural. Entre éstas, se cuenta los documentos televisivos, las mesas redondas para radio y televisión, los reportajes gráficos de prensa, las entrevistas concienzudas y profundas sobre tópicos académicos, -- científicos, culturales, etc.

Pero además habría que investigar la probable utilidad de "traducir" a los lenguajes de estos mismos medios, la actividad teatral, dancística, la explicación académica de difíciles temas escolares, el desarrollo y avances de las investigaciones científicas y humanísticas universitarias, etc.

Estos son temas que no siempre han redituado buenas resultados como materia de comunicación social y que son de sumo interés y gran aplicabilidad dentro de la vida universitaria.

Reubicándonos en el carácter estructural que tienen tanto las instituciones académicas como las actividades que éstas desarrollan al interior de la UNAM, partiríamos de la idea de concertar organizadamente la labor comunicacional-universitaria de tal forma que cada una de las funciones de la UNAM sea consecuente con las demás.

Así, los contenidos de los mensajes correspondientes al nivel de la investigación, tendrían aplicabilidad para los de docencia y extensión influyendo éstos a su vez sobre la propia investigación.

De esa manera además no se estaría afectando sustancialmente el alcance de los objetivos programáticos previamente estipulados para cada una de ellas.

En todo caso, lo que se sostiene en este trabajo como tesis, es que se fortalecerían dichas metas con la eficacia que se obtiene del uso sistemático y bien concebido de las potencialidades en alcance y penetración con que cuentan

los medios de comunicación social.

Para entrar en materia concretamente, iniciaremos la exposición de esta propuesta presentando lo que por lo menos vienen a ser los enfoques básicos sobre los que se proyectaría una programación idónea para esta casa de estudios, siempre respetando y apoyándonos en la premisa de que toda esta política se fundamenta en la aplicación y perfeccionamiento de la función social de Universidad.

De este modo, para la Investigación corresponderían tres objetivos esenciales, inscritos como base de la programación de comunicación social en que sustentaría la intención de ampliar su difusión masiva.

Estas metas serían tres: el entendido como el interés social que la difusión de esta temática, tanto para la comunidad universitaria como para la opinión pública; el que se explica por la aplicación estructural que la actividad de la investigación tiene para la docencia, y además el que se basa en el interés informativo y académico que tienen para la comunidad y la sociedad en su conjunto, el significado e importancia de los avances concretos que se alcanzan en este rubro de la labor institucional de la Universidad.

En el caso de la Docencia, igualmente entenderíamos tres factores principales, que al igual que en el caso precedente deberían ser ubicados como metas programáticas a seguir: en primer lugar, y en franca relación con lo que se planteaba en el párrafo precedente como relación estructural, tendríamos lo que se entiende

como la relación igualmente estructural que en este caso, debería tener la docencia para la investigación; en segundo plano y visualizado este punto como uno de los problemas constantes de la academia universitaria, concebiríamos la posibilidad de resolver en la medida de lo posible la deficiencia de aprendizaje que se observa en muchas carreras y sobre lo cual, admitiendo la capacidad potencial que tendrían los medios para superarla, se propondría que una meta a alcanzar fuera la de proyectar una política específica que experimentara con mensajes que facilitasen el aprendizaje y comprensión de tópicos y materias de alto grado de dificultad para la generalidad del alumnado.

En tercer lugar, y también en consonancia con la idea de que las labores universitarias deben contar con una aplicación social, tendríamos lo que se concibe como el interés social que tiene la docencia, en este caso estructuralmente ligada a la función de extensión académica, y que sin duda aportaría un apoyo a esta última mediante su difusión por conducto de los medios de comunicación social.

En el mismo orden de ideas, tendríamos al tercer nivel de las funciones institucionales de la UNAM, la Extensión: en ella deducimos dos objetivos básicos a alcanzar en el renglón de la programación ideal a proyectar; por un lado, lo que hemos insistido en denominar el interés social y que en este caso se interpreta a través de la extensión académica, particularmente por su aplicación en temas escolares de docencia llevada a los sectores sociales interesados en aprender algunas especialidades o temáticas de interés cultural general. Como segundo objetivo, por el reto que implica para la Universidad y los medios, la alter--

nativa de llevar a éstos para su difusión masiva, el arte y la cultura contenidos en las actividades que en este ámbito desarrolla la UNAM.

Este último aspecto, al igual que los expuesto antes, guardan un contenido de relación e interdependencia estructural que se podría enfatizar y sublimar si se ejercen y expresan a través de los medios de comunicación social universitarios.

En todos ellos se encuentran implícitos los tres niveles o funciones básicas de la casa de estudios.

En todos ellos se infiere la necesidad de la investigación, tanto en aspectos propios de la misma comunicación social, como en cada una de las actividades institucionales de la UNAM.

En cada uno de estos objetivos comunicacionales se percibe la obligación de fortalecer a la docencia, tanto por lo que se refiere a los medios, como por lo que se trata de investigación y la difusión de la cultura y la academia.

En cada uno de dichos niveles, se añade, se entiende que se debe reforzar el objeto esencial de la UNAM: la difusión de su riqueza intelectual y humana.

Una vez asentada la concepción que se tiene del papel que deben tener las ya mencionadas funciones principales de la Universidad, se pasaría a revisar la manera en que éstas verían su aplicación en los medios.

Para presentar organizadamente cada una de las propuestas que se conciben para la realización efectiva del programa de comunicación social universitario, procederemos a elaborar para estos medios un bosquejo general en función de su trabajo de difusión en cada una de las funciones universitarias.

Se admite que no siempre la labor de comunicación e información que corresponda a una función institucional específica tendría su expresión en un medio en particular. De hecho, casi siempre se encontrará que éstos, al igual que los objetivos básicos de la Universidad se interrelacionan entre sí, de manera estructural.

Ello, lejos de ser una limitación, se entiende de inmediato que puede ser comprendida como una cualidad pues los mensajes y contenidos que se propone proyectar y programar, pueden encontrar mejores resultados si se planea para ellos una complementareidad sistemática.

Antes de pasar a la revisión propositiva de los medios universitarios, se enfatizaría la siguiente idea: toda la programación que se plantee deberá estar sujeta a la investigación teórica y la experimentación práctica en lo que se refiere a su ángulo comunicacional.

Esta condición se llevaría a los hechos, tanto por conducto de las prácticas e investigaciones que las Facultades orientadas en sus planes académicos -- hacia este tópico, como por el teórico centro de capacitación profesional -- que se sugiere párrafos antes.

Se explica dicha condición por el reto que se le presenta a la UNAM, de - - crear nuevas fórmulas en comunicación social, sin las cuales, cualquier proyecto quedaría en lo anodino y repetitivo.

Se iniciará pues, la revisión de las alternativas viables para la UNAM en comunicación social, con los planteamientos relativos a Prensa Universitaria.

#### PRENSA UNIVERSITARIA

Como se explica en el transcurso de esta tesis, a esta dirección le corresponde esencialmente la labor de ser vocero oficial de la Universidad.

En tal sentido, gran parte de su responsabilidad se enfoca hacia la atención de las necesidades informativas de las dependencias que conforman el cuerpo administrativo, escolar y de investigación de esta casa de estudios.

Esta función se manifiesta en la acción, mediante una práctica ya muy elaborada en los usos y costumbres periodísticos.

Queda entonces, como tema a desarrollar en forma de propuesta, lo que la DGP - puede hacer por perfeccionar y ampliar la comunicación e información que la UNAM desea difundir en el ámbito de los medios informativos que como se vé, es el - área de influencia sobre la que actúa.

Para lograr esta amplificación informativa de manera sistematizada, se procede



ría a dividir los objetivos comunicaciones universitarios en base a las tareas institucionales de la UNAM y sus intenciones difusoras, (Instancias).

En segundo plano, dichas funciones básicas tendrían que ser subdivididas en relación a lo que se ha tratado de definir como la interdependencia estructural que pueden tener todas ellas (niveles de las instancias).

#### INSTANCIA PRENSA-INVESTIGACION

En el caso de la Investigación la información periodística de la DGP tendría que dirigir sus objetivos hacia tres líneas primordiales:

En el primer nivel hacia lo que hemos definido como el interés social que la misma investigación científica y humanística tiene para la comunidad universitaria y para la opinión pública, entendida esta última como la manifestación reactiva ante los medios, de la sociedad nacional.

En este nivel la DGP procuraría informar sobre el panorama general que guarda la investigación en la Universidad; la política de información buscaría más - que nada mantener al tanto a la comunidad y a la sociedad sobre lo logrado y sobre las proyecciones a futuro en este aspecto de la albor universitaria.

Considerando como un primer nivel de difusión general, la información sobre la investigación con enfoque de interés social trataría de presentar a los receptores del proceso comunicativo una panorámica abierta que proporcionara la

posibilidad de conocimiento previo por parte de éstos, para que se tuviese una idea del contexto en el que se encuentra la información sobre tópicos de investigación específicos.

Como se puede observar, a este primer nivel corresponde un tratamiento netamente de información y divulgación. Políticamente puede ser ubicado como una especie de promoción que se da la UNAM a sí misma y a una de sus funciones básicas.

En su programación sistematizada, la información de este nivel tendría que ser planeada en función de la inmensa variedad temática que se observa en el universo de la investigación que desarrolla la UNAM (1), ya que esta casa de estudios es la que mayormente desarrolla, tanto en cantidad como en calidad, actividad de este tipo.

Para no descuidar ninguna área de trabajo de investigación, el cuerpo de asesores de la CCU tendría que concertar con la Dirección general de Prensa un calendario de información que abarca a todas estas ramas, de tal forma que en el transcurso de un año, por sugerir un lapso de tiempo, se abarcase la mayor cantidad posible de temas de este renglón, cuidando además que aquellas investigaciones sobre las que se informó, sean o las más importantes desde el punto de vista de la problemática nacional o bien las que en mayor grado de avance se encuentran.

Está por demás señalar que por otra parte, se debería crear un equilibrio en--

tre lo difundido sobre investigación científica y humanística.

El resultado previsible de esta política, sería presumiblemente la formación de una corriente de información que alcance a ser un tema particular del periodismo así como el fortalecimiento del periodismo de divulgación científica -- al que se hace referencia antes.

Cabe señalar que esta especialidad del periodismo aún no se ha desarrollado plenamente en nuestro país y que por su posición en el contexto de la educación superior nacional, correspondería a la UNAM proponer y llevar a cabo.

Por otro lado, en este trabajo se debe asentar qué se entiende por periodismo de divulgación científica: en todo caso no se trataría de una labor informativa demasiado especializada al grado que sea dirigida a entendidos en la materia, como es el caso de las revistas médicas o científicas.

Se trataría más que nada, de traducir al lenguaje de los propios universitarios en algunos casos y en otras de la sociedad común, temas y aspectos de la ciencia que si bien resultan profundos y complicados, son de interés general y por ello, vale la pena incluso como obligación y compromiso, hacerlos accesibles a cualquier receptor.

Contando con este primer nivel de la información universitaria en el renglón de la investigación científica y humanística, correspondería la propuesta de lo que llamaríamos el segundo nivel de la Instancia Prensa-Investigación.

Este se dirigiría hacia lo que hemos definido como la aplicación de la investigación en la función de la docencia.

Asienta claramente la orientación académica de nuestra casa de estudios, que los avances y direcciones temáticas de la investigación deben tener cabida y aplicación en la docencia escolarizada que desarrolla la UNAM en sus diversas escuelas, colegios y facultades, con el finde que se refuerce e inspire la -- preparación de alumnos y maestros en base a los trabajos que lleva a cabo en esta función básica la propia Universidad.

Para la prensa universitaria, el tratar de alcanzar este objetivo programático desde su perspectiva particular, implica cierto tipo de esfuerzo que a continuación se sugiere.

Continuando en el entendido que las características propias de los medios periodísticos se definen por su carácter eminentemente informativo, a la DGP le tocaría en suerte una labor encaminada hacia dos sentidos principales: por un lado, el de informar a la opinión pública sobre los avances alcanzados para lograr una interrelación estructural entre investigación y docencia en la organización académica universitaria, y en la que vendrían a jugar un papel-- relevante los medios universitarios de comunicación social, cosa sobre la que se trabajará más adelante. Por otro, informar a la propia comunidad universitaria sobre las formas con que trabajan la Universidad y sus medios, para - lograr éste, que todavía es solo un objetivo.

El primer sentido señalado tiene por meta, el tener al tanto a la sociedad nacional sobre los esfuerzos de nuestra casa de estudios para llegar a tener un sistema de investigación que encuentre aplicación real en sus planes de escolaridad, lo que redundaría en opiniones favorables y en imagen política.

El segundo sentido de este nivel, procuraría orientar a la comunidad de la Universidad, sobre los temas y especialidades de la investigación en los que se enfatizaría la intención de establecer la interrelación estructural entre ésta y la docencia. En segundo momento, se podría informar a la comunidad sobre las áreas de investigación a las que podrían acudir en busca de mejoramiento de sus niveles académicos.

Para llevar a cabo ésto, la DGP cuenta además de su capacidad de inserción de notas informativas, vía los reporteros de "la fuente", con la posibilidad de incluir información de este tipo en desplegados o en la cartelera "Los Universitarios", que se publica en todos los diarios de esta capital.

EL tercer nivel correspondiente a esta labor específica de la DGP, consistiría en la difusión de los avances concretos alcanzados por la investigación universitaria.

A este nivel le tocaría el tratar de informar con veracidad y oportunidad sobre lo logrado por la Universidad en términos reales de aplicación social inmediata, en materia de ciencia y humanidades.

De hecho, este desempeño ya se viene realizando desde hace tiempo pues es política vigente de esta dependencia mantener informada a la opinión pública -- sobre este tema.

Así, hoy en día conocemos la potencialidad industrial de los superconductores, el avance significativo en genética logrado con las "microvacas", el interés e importancia médica del tratamiento quirúrgico del mal de Parkinson, el uso de sustancias basadas en la fijación del nitrógeno para la agricultura, la -- trascendente importancia de la sismología universitaria, etc.

Se admite sin embargo que esta difusión ha sido realizada en base a la necesidad o interés circunstancial de esta Dirección para informar sobre el cúmulo -- de actividades académicas que desarrolla la UNAM, todo ello con el fin de esta blecer equilibrio con la información relativa a sus autoridades, que le absorben mucho tiempo y esfuerzo.

#### INSTANCIA PRENSA-DOCENCIA

Al igual que en el caso de la Investigación, para la Docencia tenemos también tres niveles a clasificar en forma de propuesta, concebidos para la Dirección-- General de Prensa de nuestra casa de estudios.

La primera instancia sería la que propiamente se intuye como la que se vendría a señalar como la interrelación estructural ahora entre docencia e investiga-- ción.

Si en el primer caso, presentado como uno de los niveles informativos de la DGP en materia de investigación, se decía que ésta debía demostrar su aplicabilidad en la docencia, en este nivel es la docencia a la que le corresponde dar a conocer a la opinión pública y universitaria su propia relación estructurante con la primera.

Si a nivel académico, a los medios humanos ligados a la docencia y los sistemas escolares se les confiere la obligación y oportunidad de sugerir líneas de investigación a seguir e incluso manifestar críticas razonadas a las ya -- instauradas, en el nivel de la comunicación social, particularmente en lo relativo a la información a través de medios impresos y electrónicos, esta relación igualmente se debe manifestar.

Para lograr ésto la DGP debería proyectar dentro de sus programas normales de trabajo, espacios dedicados especialmente a esta relación, de modo que tanto maestros como alumnos puedan expresar sus ideas a través de los medios informativos, tanto electrónicos como impresos.

Los métodos a seguir variarían un poco respecto al nivel anterior, donde se decía que esencialmente debería manejarse la noticia de modo meramente informativo. En cambio, en ésta se trataría de aprovechar la posibilidad de incidir en los géneros de opinión de los diversos medios, dándoles espacio a las opiniones esperadas y mencionadas líneas atrás.

La exigencia básica para que la dependencia universitaria encargada de la in-

formación periodística negociara estos espacios en los medios informativos, sería la de la calidad de estilo periodístico y el rigor académico de las -- críticas o sugerencias presentadas en los artículos insinuados.

Por otra parte, también se podría tratar de abrir la discusión entre universi tarios en espacios y páginas de los medios, de modo que en ellos se difundie ra y publicara lo que podrían ser entrevistas, reportajes, mesas redondas, -- conferencias de prensa, etc.

El siguiente nivel de esta instancia comunicacional, representa un tema opcio nal de índole académica que supone una posibilidad muy interesante para la re solución de uno de los más graves problemas escolares de la Universidad: la deficiencia de la aplicación y aprendizaje de ciertos tipos de materias o te mas académicos para los alumnos.

Aún cuando la verdadera aplicación y uso de este potencial recurso se daría -- más que nada en televisión, a la prensa universitaria le correspondería la -- promoción y orientación que los alumnos deberán tener para conocer horarios, -- fechas, temas, etc. relativos a este programa de actualización y superación -- académica que se llevaría a cabo a través de los medios.

Por otro lado y al ser esta labor un proceso que habrá de partir prácticamen te de cero, se entiende que se tendría que comenzar por los niveles de inves tigación y experimentación. Para ello se tendría que contar con la participa ción y opiniones de toda la comunidad universitaria, de tal modo que las dis-



usiones al respecto llegasen al conocimiento de la opinión pública.

En este punto cobra sentido lo que vendría a ser la participación del área - de prensa en esta estrategia: básicamente se procuraría aprovechar los medios informativos con lo que la DGP tiene relación, para dar a la luz pública el - desarrollo de los trabajos correspondientes a esta intención académica.

Con esta intención, se justificaría la necesaria relación estructural que se debe dar, tanto a nivel de funciones (Investigación-Docencia-Extensión), como entre los medios propiamente (Prensa-Televisión-Radio).

A prensa le corresponde jugar el rol de promoción, información básica e inicial, y evaluación pública de lo realizado en la búsqueda de opciones comunicacionales que favorezcan la superación y resolución del problema del bajo -- aprovechamiento de los alumnos para con ciertas materias.

El tercer nivel de la instancia correspondiente al apoyo periodístico que se le habría de otorgar a la labor de Docencia universitaria, es el que interpretaría el interés social que esta función tiene.

Como se sabe, la UNAM cuenta con la Dirección General de Extensión académica- para llevar a los sectores sociales interesados en conocer aspectos académicos de esta casa de estudios, la posibilidad de acceder metódicamente a los conocimientos superiores que se imparten en ella.

Para realizar esta tarea, se tienen constituidos sistemas de estudio en forma de cursos y seminarios, dirigidos siempre ya sea a miembros de la propia comunidad, o a público en general. Los temas que se abordan tratan de presentar materias actuales y de interés.

La limitación que se podría diagnosticar de este sistema, es el relativamente reducido número de beneficiarios, ya que la capacidad instalada tiene sus posibilidades de servicio sujetas a espacios físicos bien delimitados.

Aquí una vez más, sobresale la potencialidad difusora, en amplitud y penetración que pueden tener en su uso, los medios de comunicación social universitaria.

Lo correspondiente a televisión y radio, sería propuesto en los siguientes párrafos.

Por lo que tocaría a la prensa universitaria, se puede señalar lo siguiente: al igual que en los niveles comentados anteriormente en el caso del nivel correspondiente a su interés social, y entendido este como una labor de extensión académica, a la DGP una vez más le correspondería manejar la información promocional y explicativa del trabajo que se desarrollaría por conducto de los otros medios.

De lo que se trataría es de buscar los mecanismos y fórmulas que permitan a los medios universitarios ampliar a su máxima capacidad la difusión de temas de extensión académica, no sólo como materias de interés general, sino incluso -

revisando la alternativa de otorgar a estos cursos, en algunos casos, valor curricular, de forma parecida a la que se lleva a cabo en los sistemas de educación primaria y secundaria para TV.

Esto implica el reto de instaurar todo un sistema de extensión académica expresamente diseñado para los medios de comunicación social.

Así y reiterando que las cualidades de la prensa escrita y electrónica son -- principalmente informativas y promocionales, la DGP tendría por obligación disfundir de la mejor manera posible tales objetivos comunicacionales, en franca relación estructurada con los otros medios, mismos que a su vez vendrían a -- desarrollar en los hechos la labor de extensión académica ya propuesta.

Es probable que en este punto el lector se pregunte si a la prensa universitaria únicamente se le habría de responsabilizar para acciones informativas y -- promocionales como hasta las aquí descritas; habría que aclarar que este --- trabajo concibe y supone el mayor peso para las áreas de televisión y radio, -- ya que a prensa se le tiene signada una función específica e instituíble, --- la de fungir como vocero oficial de la Universidad, por lo que no se podría-- en sentido práctico, exigirle aún más.

INSTANCIA PRENSA- EXTENSION.

Resuelto dentro de la instancia Prensa-Docencia, el ámbito de la extensión -- académica, tendríamos ahora que revisar igualmente dentro de la función univer

sitaria de la Extensión (en este caso cultural), como se resolvería para las tareas informativas el apoyo respectivo a la difusión cultural, entendida ya como el nivel relativo a la cultura en general.

La Extensión cultural, concebida dentro de la comunicación social universitaria en el área de prensa como tercera instancia a atender, cuenta con dos niveles básicos: por un lado el que también en otros casos se ha definido por su interjes social, y en otro, por lo que se explicaría como la difusión misma de la cultura y el arte trasmitidos por esta casa de estudios.

El primero se aplica en nuestro esquema en base a su relación estructural con la función de la docencia, particularmente para con las áreas académicas del ramo de las humanidades, que es donde se realizan estudios íntimamente ligados con algunas de las Bellas Artes, particularmente en el renglón de la literatura y el teatro, para el caso de la Facultad de Filosofía y letras, y con la pintura, la escultura y el diseño, en el caso de la Escuela nacional de Artes Plásticas.

Además la UNAM cuenta con varias escuelas igualmente ligadas a otras actividades culturales, como son los casos de la Escuela Nacional de Música, centros de capacitación teatral y dancística y de capacitación cinematográfica.

En un sentido parecido al propuesto para la investigación en su relación recíproca con la docencia, en la difusión cultural se concibe la necesidad de -

otorgarle al estudiantado y magisterio que se dedica a esta tarea la posibilidad de intervenir y colaborar con la planeación y realización de nuevas fórmulas culturales.

Se ha insistido en dar margen a la participación pública de la comunidad universitaria a través de los medios informativos, porque se trata de evitar el cuestionamiento retórico-político que generalmente se presenta en una sociedad tan inquieta y politizada como la universitaria, en cuanto se percibe lo que se aduce como decisiones unilaterales.

El segundo nivel, procuraría sobre todo difundir tanto en forma promocional - como crítica o analítica, el quehacer cultural y artístico de la UNAM a través de los medios informativos impresos y electrónicos.

Hasta aquí, se ha presentado lo que se piensa lo más apropiado para enfrentar desde el área correspondiente a la Prensa Universitaria, una estrategia de comunicación social que contemple su atención a las tres funciones básicas de la UNAM.

#### TELEVISION UNIVERSITARIA

El segundo paso, atendería a la instancia relativa a la televisión universitaria para con las tres funciones básicas de la UNAM.

De la misma forma en que se hizo un repaso en el caso anterior, para TV-UNAM - se presentarán las propuestas revisando de cada instancia, cada uno de los ni-

veles en que se propone que se manifieste la relación estructural concebida -- para el caso.

La variante aquí radica esencialmente en que para la televisión se procurará aplicar el mayor interés posible, ya que es el medio hacia el que se deben dirigir convergentemente, las políticas y recursos que el resto tiene.

Para presentar un panorama sistematizado de lo propuesto para la televisión - universitaria, nos concentraríamos en el planteamiento por niveles desarrollado en el caso de la prensa.

#### INTANCIA TELEVISION-INVESTIGACION

Así, a TV-UNAM le correspondería primeramente ubicarse en yuxtaposición a la Investigación.

Aquí al igual que para la prensa, tenemos que proponer tres niveles de acción: por su interés social, en su relación estructural con la Docencia y finalmente, en lo referido a la difusión social del significado e importancia de los avances logrados en esta función universitaria.

El interés social que reviste la investigación científica y humanística de la Universidad radica en que ésta se orienta esencialmente y por programa declarado, hacia la explicación y resolución de los grandes problemas nacionales.

Este enfoque se evidencia particularmente en la investigación económica y social, si bien del mismo modo se detecta en los casos de muchas de las investigaciones científicas que igualmente se llevan a cabo en la UNAM.

La televisión universitaria tendría como objeto de labor en este nivel, el de transmitir a través de sus programas de divulgación ya existentes la explicación de esta importancia.

Sin embargo, y aquí enfrentamos lo que vendrá a ser en el transcurso de esta propuesta un problema constante, hasta este momento las fórmulas y métodos de producción por los que este medio comunica los contenidos universitarios no representan realmente una opción eficaz de divulgación.

Retomando las tesis que Baggaley y Duck (2) exponen sobre el papel de la televisión en los sistemas educativos tradicionales y de su proyección como recurso comunicacional aplicado a la educación superior, podemos admitir que en efecto, grave deficiencia aún no resuelta por los profesionales en comunicación social es la que se denota en la ausencia de una verdadera investigación a fondo sobre los efectos que se presentan en el uso de este medio con herramienta de educación.

Para la televisión universitaria de nuestro país, tal aseveración es aplicable. Lejos de presentarnos nuevas y originales fórmulas de manejo de producción televisiva, TV-UNAM se ha limitado a repetir esquemas de realización que nada nuevo sugieren a este medio.

Si bien su calidad y capacidad técnica ha redituado reconocimientos a nivel internacional, los modelos seguidos por la televisión de la Universidad podrían ser mejorados sustancialmente.

Esta mejoría radicaría en la búsqueda y alcance, vía integración previa de nuevos modos de manejo televisivo representasen fórmulas mucho más eficientes en sus resultados y eficaces en sus métodos.

De esta manera, la televisión universitaria podría recalcar fehacientemente el interés social que compete a la investigación de la UNAM.

Ante el panorama repetido en fórmulas y formas de presentación de temas científicos y sociales que se observan en la televisión comercial y con las cuales la Universidad difícilmente puede competir dadas sus limitaciones presupuestales, - el camino a seguir tendría que ser el de la originalidad y la identificación--plena con la idiosincracia nacional.

Una vez más tal y como se sostiene para el caso de la prensa, nos resulta muy necesario idear y concretizar en los hechos lo que vendría a ser el ejercicio de un periodismo de divulgación científica que se ubicase en el contexto de los medios como el modelo a seguir tratándose de difusión de estos temas.

Si consideramos que para el nivel correspondiente al interés social que se tiene de la investigación universitaria, resulta imprescindible la creación de este nuevo estilo de presentación televisiva, tal impresión se refuerza para los ca-



sos de los niveles sucesivos.

En el siguiente nivel, el correspondiente a la relación estructural que se tiene entre investigación y docencia, este reto es aún más evidente.

Ante la necesidad de establecer una relación de este tipo entre estas funciones universitarias, la utilidad de los medios en el caso particular de la televisión universitaria, salta a la vista.

Actualmente no contamos con una evidencia certera de lo que la UNAM hace por imbricar sus sistemas docentes y de investigación metódica y sistemáticamente, de tal modo que los logros y líneas que la investigación alcanza y sigue tengan una relación directa y complementaria con los planes y orientaciones de estudio y docencia.

Admitiendo que dicha relación estructurante resulta difícil de darse, dada la necesidad de superar académicamente serios retrasos escolares en niveles previos al universitario, podríamos sugerir que ésta podría lograrse por conducto de los medios universitarios de comunicación social y muy particularmente a través de la televisión de la UNAM.

En el nivel correspondiente a la relación estructural entre la investigación y docencia se podría planear un sistema que informe, oriente y motive a los sectores humanos de la investigación, para que trataran de incidir sobre los contenidos de los planes de estudio, matizándolos con la influencia constructiva de -

los contenidos correspondientes a esta función.

En este nivel como es de suponer, los contenidos mencionados deberán sujetarse a un mayor rigor científico y expositivo.

De este modo nos resulta más necesario y justificador prever que la producción televisiva, tanto en su enfoque meramente técnico como desde el que correspondería a la planeación teórica de los mensajes a difundir, deberá basarse en un amplio proceso de investigación-experimentación.

Aquí cobraría gran importancia la labor a realizar por el también propuesto centro de investigación y capacitación con que debe contar la UNAM.

Sobre este aspecto, Baggaley y Duck (3) hacen una aseveración que resulta muy aplicable al problema que se está analizando aquí: "En los últimos años, tanto los usos educativos como los propagandísticos de la televisión, se han hecho perfectamente posibles con el desarrollo de las tecnologías de T.V. en circuitos cerrados, y la mayor libertad de acceso de personas privadas y de grupos a las redes públicas de televisión... Consideramos el crecimiento de la "televisión de acceso" y específicamente de la tecnología educativa, y apuntamos la necesidad de un estudio más estricto de las propiedades y efectos de la televisión, si es que se quiere entender su potencial en cualquiera de estos contextos".

De dicho diagnóstico podemos continuar con la idea también expuesta por estos-

autores en el título referenciado, de que todavía falta mucho por conocer de las connotaciones inesperadas o desconocidas que en el plano psicológico y pedagógico puede tener el fenómeno televisivo.

Cobra pues enorme importancia este aspecto desde el momento mismo en que la investigación científica y humanística universitaria se relaciona con el proyecto de comunicación social de la UNAM, en este caso, por conducto de la televisión, cuando a esta última le corresponde de igual forma ser sujeto de estudio, análisis e investigación.

Las formas en que se expondría la temática referente a la investigación en su aplicación en la docencia a través de la televisión, nos invita a reflexionar y sugerir en este trabajo por lo menos algunas ideas a concretizar en acciones.

Es sabido que los niveles escolares en los sistemas de bachillerato y licenciatura no permiten de parte de los alumnos y no pocos maestros la comprensión cabal de los términos sofisticados con que se desarrollan los trabajos en el rubro de la investigación.

Cabría entonces suponer la capacidad expositora de las imágenes televisivas como un recurso a aprovechar para hacer accesible la temática desarrollada por la investigación.

Sin embargo alcanzar tal nivel, requiere de la realización previa de todo un proceso de acondicionamiento por parte de los receptores, de los códigos a ejercer en este medio para exponer por su conducto toda la profundidad y complejidad que la explicación de aspectos científicos exige.

Retomando la idea de los autores mencionados líneas atrás y que de hecho es eco y extensión teórica de lo planteado hace años por Christian Metz, podríamos argüir que los recursos comunicacionales de la T.V. contienen la posibilidad de la creación de todo un código o lenguaje que le sea propio.

El manejo de cámaras, es decir, los travelings, paneos, acercamientos o alejamientos; las actitudes de los presentadores o narradores, esto es, los lenguajes verbales y no verbales; el aprovechamiento de otros recursos como los impresos en pantalla, los hologramas computarizados, los dibujos animados, etc., pueden conformar un código de este tipo si antes quienes serán los encargados de crearlos y darles vigencia social, se concentran en definirlos para posteriormente y también de manera sistemática, explican y adiestran sobre ello a quienes serán los receptores de dichos mensajes.

Cabe señalar que esta misma aplicabilidad tiene cabida en otras de las instancias y niveles que habrán de revisarse líneas adelante.

El tercer nivel correspondiente a la relación comunicacional entre televisión y la labor universitaria de la investigación, es el que se refiere a la difusión metódica de los avances concretos logrados por esta casa de estudios en este renglón.

Sin admitir que se trataría de un trabajo secundario podemos decir que esta actividad se reduciría a la divulgación informativa y de carácter social de lo que la UNAM propone a la sociedad nacional para la resolución de sus problemas. Existen dependencias universitarias que encontrarían en este nivel un verdadero órgano de comunicación social. Tales serían los casos de por lo menos el Centro Universitario para la Comunicación de la Ciencia y el Centro de Innovación Tecnológica, oficinas cuya función y objetivos son precisamente los de llevar a su aplicación directa los avances del quehacer científico de la UNAM (4).

Aquí una vez más, se resalta la posibilidad de que la televisión cree códigos novedosos y accesibles para la comunidad universitaria y la sociedad en su conjunto.

Experimentar con nuevas fórmulas de producción y realización, aprovechar con criterios rigurosamente científicos y verificables los efectos del mensaje televisivo, imponer un espíritu acorde con la mentalidad universitaria a la televisión que esta casa de estudios produce y emite, son retos a asumir en corto plazo.

INSTANCIA TELEVISIO-DOCENCIA.

Llegando entonces en este punto el análisis y propuestas correspondientes a la segunda instancia, es decir, la que visualiza el papel de la televisión universitaria en la función de la docencia, los comentarios vertidos líneas atrás se extienden aquí.

Esto se resalta especialmente en el primero de sus tres niveles, ya que al tratarse de la relación estructurante que se propone entre las funciones de la docencia y la investigación contempladas desde el terreno de la comunicación social, se percibe que tal relación no sólo se debe desarrollar en lo referente a la investigación científica y humanística sino que en dicho nivel se puede incluir además lo que atañería a la investigación propiamente al área de la comunicación social y muy especialmente a la búsqueda de nuevas fórmulas o modelos de códigos diseñados para la televisión, así como la capacitación consecuente del sector o sectores de la comunidad universitaria que habrían de ser los receptores y decodificadores de los códigos visuales implícitos en esos nuevos modelos televisivos.

En este nivel de la instancia relativa a la docencia en su uso televisivo es donde se evidencia concretamente la necesidad de establecer un sistema que la interrelacione dinámicamente con la investigación.

El reto y la meta sería alcanzar la definición y aprovechamiento de recursos comunicacionales televisivos que presente tanto a la comunidad universitaria ----

como a la opinión pública, una alternativa enriquecedora del proceso tradicional de enseñanza-aprendizaje, en este caso encaminado al establecimiento metódico de una relación estructural de la docencia con la investigación universitaria, con el fin esencial de dar a conocer en el ambiente escolarizado de la Universidad lo que ésta lleva a cabo en materia científica, teniendo presente siempre en los contenidos de los mensajes la consecuencia académica que una y otra función deben tener entre sí.

De este modo la Universidad, por conducto del grupo de asesores y del hipotético centro de investigación y experimentación sugerido antes, podría elaborar y ensayar lo que hemos denominado "nuevos códigos" a aprovechar en materia televisiva especialmente, mientras que en el nivel de la docencia, vista desde la perspectiva de la televisión, además de tratar los puntos que se encuentran previstos en nuestro planteamiento original se puede agregar que también materia de docencia deberá ser el aprendizaje decodificador que tendrán que llevar a cabo los depositarios de este nuevo instrumento académico.

En segundo nivel se encuentra la aplicación que la televisión puede tener para la superación de deficiencias escolares, que casi cabe decir, tradicionalmente ha pedecido gran número de estudiantes, e incluso maestros universitarios.

Si en el nivel anterior se discute sobre la necesidad de otorgar a la docencia un énfasis especial en lo que se refiere al acondicionamiento y entrenamiento que los receptores deben desarrollar para encontrarse en condiciones de aprovechar lo más que se pueda los nuevos códigos visuales que comprenderían el uso-

sistemático de la televisión como recurso académico, en el segundo nivel se trata directamente de su utilización en la superación de difíciles tópicos escolares que pueden ser resueltos con la ayuda de este recurso comunicacional.

No se profundiza demasiado en los usos concretos que en el nivel de la investigación tiene la docencia, porque se percibe que tanto ese primer nivel, como el segundo que aquí se toca se encuentran íntimamente ligados.

Esto es así, porque en ambos casos se trata de hacer accesible a la generalidad de la comunidad universitaria aspectos académicos que resultan de difícil comprensión.

De acuerdo a tal planteamiento, las propuestas sucesivas deberán ser entendidas como inherentes a ambos niveles.

Asumiendo como un hecho a llevarse a la práctica el que a los receptores de un programa de comunicación social vía la televisión universitaria se les adies tre en el conocimiento de los códigos que habrían de crearse en los institutos y cuerpos académicos encargados de elaborarlos, podríamos ahora especular sobre algunas de las posibilidades que se contemplarían como materia de información por conducto de dichos códigos.

Esto agregando que en este mismo tenor se presentarían algunas ideas sobre las características, naturaleza, alcances y contenidos de estos mismos hipotéticos códigos visuales.



Para que la televisión universitaria presentáse como se exige, una nueva alternativa en materia televisiva, se requeriría de un concienzudo trabajo de investigación-experimentación-aplicación, que garantice la no repetición de los esquemas ya conocidos y que nada nuevo ofrecen ni en contenidos ni en efectividad comunicacional.

En los niveles correspondientes a la relación de la docencia con la investigación y al de las aplicaciones escolares que la televisión puede tener para resolver graves problemas de deficiencia académica, la exigencia mencionada -- antes cobra fundamental relevancia pues es en dichos niveles donde se debe concretar lo que de novedoso y efectivo se espera de estas nuevas fórmulas.

Baggaley y Duck (5) aciertan al sostener que en materia de investigación sobre los efectos, influencias y capacidad de penetración de la televisión mucho -- queda por realizar, ya que a nivel mundial se ha enfatizado dicho trabajo sobre aspectos más que nada comerciales, ideológicos y políticos, quedando en segundo plano, referido particularmente a centros de educación y gubernamentales muy especializados, lo que toca a las connotaciones educativas que este medio no sólo puede sino debe tener.

En su tesis, estos autores argumentan sobre dos recursos de probable aprovechamiento, cabe hacer el señalamiento, pensando en particular en las experiencias por ellos conocidas y aún llevadas a cabo en dichas Universidades.

Dichos recursos son los que ellos llaman "televisión de acceso" y circuitos ce-

rados con autogestión por parte de quienes al mismo tiempo, en muchos casos, son productores y receptores.

En el primer caso se trata de sistemas de televisión abiertos, es decir "en el aire" en los que los receptores de los mensajes televisivos cuentan con la posibilidad de incidir e incluso participar en la producción y emisión de los mismos.

Este trabajo sin embargo, se ve matizado por la coordinación de personal especializado en este medio, básicamente con el fin de prever y controlar lo que podría ser una serie de resultados e influencias no previstas en el auditorio en un sentido negativo, al mismo tiempo que se procura resaltar y explotar los resultados positivos, tomando nota de ellos y buscando su sistematización.

Este tipo de producción televisiva tiene especial interés en la difusión de temas muy elaborados, como podrían ser los científicos, sociales, políticos, etc.

El segundo caso consiste en la producción de programas televisivos en circuito cerrado destinados a públicos específicos, tomándose en cuenta incluso la posibilidad de que los mismos receptores influyan y participen de los contenidos a incluirse en este tipo de programación.

Como resulta lógico entenderlo, este tipo de sistema televisivo tiene especial

aplicación en círculos sociales cerrados y muy especializados, como en comunidades escolares participantes de un mismo proyecto de preparación académica es decir, facultades, escuelas, institutos y centros universitarios.

En este sentido además se debe señalar que la investigación y experimentación al respecto resulta mucho más dinámica, toda vez que quienes se encargan de este trabajo se encuentran íntimamente ligados entre sí, en constante comunicación y con metas y objetivos muy específicos.

Para el caso concreto de la Universidad Nacional, materia de nuestra propuesta, se ha decidido en este trabajo argumentar sobre las posibilidades que ofrecen estas alternativas, sumándolas a las que ya cuenta entre sus recursos -- nuestra casa de estudios a través de la programación ya instituida especialmente en Imevisión.

Esto se sostiene porque es precisamente en los niveles correspondientes a la - instancia docencia-televisión donde mayormente se exige un método específico - de realización televisiva que signifique avances y alternativa en materia-- de comunicación social universitaria.

Así aún cuando no de manera estricta, se sugiere que lo correspondiente a la - relación estructural docencia-investigación por conducto de la Televisión uni--versitaria, sea en particular la primera de las opciones señaladas, la que se debe aprovechar.

Del mismo modo, para lo concerniente a la superación de problemas de docencia en el ámbito escolar universitario, se comience por experimentar los resultados que puedan ofrecer los circuitos cerrados de televisión.

Ello siempre en el entendido de que no obligatoriamente se debe circunscribir a tales opciones el uso de la televisión en esta u otras instancias o en uno u otro nivel.

Para justificar esta expectativa nos podemos remitir, tratándose de la primera opción, a los resultados que tanto a nivel nacional como internacional nos han ofrecido una serie de "géneros televisivos", que si bien no han sido concebidos o producidos con la colaboración directa de los receptores de los mensajes emitidos en ellos, si han demostrado características especialmente útiles para los objetivos que se perseguiría un programa de comunicación social como el que se infiere en el texto de este trabajo.

De hecho, la propia televisión universitaria ya cuenta en su haber con resultados positivos que incluso la han hecho merecedora de reconocimiento internacionales, debido a la calidad terminal que ofrecen los contenidos y tratamientos visuales con los que ha desarrollado sus proyectos televisivos.

Programas como "Prisma Universitario" o "Premios Universidad Nacional", han sido galardonados en diversos foros y la razón principal de dicho éxito se debe al tratamiento original con que han sido concebidos.

Este factor es circunstancia que no se debe perder de vista, pensando en que es necesario aprovechar lo ya alcanzado, para partiendo de ahí continuar en la búsqueda constante de nuevas fórmulas para que sumando a ello la posibilidad de la interacción y participación universitaria, se logre alcanzar lo -- que podría ser un modelo auténtico de televisión universitaria.

Por otra parte, y basándonos no sólo en nuestra propia apreciación sino incluso en la de estudiosos de la trayectoria de la comunicación social universitaria, y especialmente en el análisis que se ha hecho de la televisión que se - desarrollado en la UNAM, (6) podemos asegurar que la experiencia que se tiene en circuito cerrado, por lo menos ha logrado ser reconocida como un loable esfuerzo que en todo caso fue inhibido en su momento por circunstancias políticas o por limitaciones técnicas, que cabe señalar, hoy en día serían difícilmente aceptadas por cualquiera de los sectores universitarios que conforman la sociedad de esta casa de estudios.

Tanto así que esta experiencia se acomoda, a través del tiempo, con el diagnóstico teórico de Baggaley y Duck, quienes sostienen que este tipo de televisión tiene aplicación en temas y tópicos especializados: en ese entonces, fue -- la Facultad de Medicina la que emprendió el camino de la experimentación televisiva de circuito cerrado en aspectos académicos.

Pensemos pues, con la experiencia que el tiempo nos ofrece tanto como críticos de la televisión que como realizadores mismos, que actualmente contamos con recursos, fórmulas, posibilidades incluso mayores que las de entonces.

De este modo y reasumiendo la intención básica de este trabajo, argumentemos sobre las posibilidades técnicas y operativas de este modelo teórico de la televisión universitaria que aquí tratamos de defender.

Para el caso de los circuitos abiertos, que serían especialmente utilizados en lo referente a la relación estructural de la docencia con la investigación, se sugerirá la utilización de "géneros televisivos" en cierta medida ambiciosos, en los que se contemplara el uso de fuertes presupuestos y capacidades técnicas.

De tal modo serían los documentales, las series sobre un mismo tema, las producciones realizadas sin limitantes de tiempo y espacio, los vehículos que concretarían la intención de establecer en la UNAM una interrelación estructural entre las funciones de la docencia y la investigación.

Basándose en planes de estudio y en programas de investigación científica simultáneamente, la televisión universitaria, siempre con el apoyo del teórico y propuesto cuerpo de asesores en materia de comunicación social, así como en el "Instituto de Investigaciones", por llamarlo de alguna manera, trataría de conectar

tar coherentemente y con espíritu académico, lo que una y otra función tienen para ofrecerse entre sí.

Esta relación en principio, tendría que darse por áreas académicas, de tal modo que resultasen de interés y aplicación para el sector universitario que directamente viniera a ser depositario de los mensajes emitidos.

Así para el área de Físico-Matemáticas se tendría que planear y llevar a cabo una programación de interés y utilidad tanto para ingenieros como para arquitectos, por mencionar dos ejemplos.

Del mismo modo en el área correspondiente a Humanidades, se tendría que plane ar un tipo de televisión que fuese interesante y de aplicación académica directa, siempre en el entendido de que se trata de la relación o influencia recíproca de las funciones universitarias a las que se ha hecho mención en estas páginas.

Pero en este punto cabe al parecer la siguiente pregunta: ¿ qué características específicas deberá tener esta producción televisiva, tanto desde los aspectos técnicos como de contenido?

La televisión, como medio de comunicación social audiovisual cuenta entre sus potencialidades comunicacionales tanto con la imagen como con el sonido.

La crítica más generalizada y experta acerca de este medio, sostiene en muchas

ocasiones que hasta el momento no se ha logrado aprovechar o explotar en todas sus posibilidades lo que la concatenación de estos dos factores ofrece - como recurso informativo y de comunicación.

Lo más logrado al respecto continúa siendo el aprovechamiento comercial del medio, en especial en lo que tocaría a la explotación de la "música visualizada" tan de moda en la actualidad a través de los "videos"

En este género incluso se han alcanzado verdaderos niveles artísticos que no se pueden menospreciar, por lo que de entrada, la televisión universitaria, aceptándose a sí misma como un producto joven, se vería obligada a incursionar en investigación y experimentación sobre este camino.

Otro factor ejemplar serían los documentales y las series internacionales de índole científico o de divulgación que del mismo modo se debe admitir, ofrecen características y resultados muy meritorios. No debemos olvidar que uno de los tópicos aparentemente más inaccesibles es el de la ciencia, y que en particular estos programas norteamericanos o europeos, han sabido resolver -- adecuadamente.

En el primer caso se hace énfasis del aprovechamiento simultáneo, que no paralelo en idea, de la imagen con el contenido musical o textual del lenguaje - verbal.



En el segundo, la capacidad presupuestal y la calidad de los cronistas o presentadores, en cuanto a su carisma o manejo de lenguajes verbales y no verbales, que son los que dan realce y poder comunicacional al mensaje emitido, - aunado ello al rigor científico de la exposición y el manejo documental de la información.

En ambos casos, además se nota que se aprovechan ideas y recursos adicionales a los de la simple reproducción de " imagen real del mundo", ya que se suman en la producción televisiva el uso de técnicas ligadas a la cibernética y el arte pictórico y escenográfico.

Estos casos, serían sin falsos chovinismos, dos ejemplos a seguir en lo que significan de avanzado y positivo.

Sin embargo, y esta idea es materia central de la propuesta de esta tesis, más importante vendría a ser la creación de fórmulas propias, y ligadas y comprometidas con la realidad ideológica, cultural e idiosincrática de nuestra sociedad.

En lo que respecta a la programación actual de Televisión Universitaria, se puede observar que ésta cuenta con una serie de valores y ventajas sumamente apreciables y reconocibles.

Desde el momento en que podemos decir que se instaura lo que sería "su nueva época", en 1985, TV-UNAM adquiere una nueva cara, más acorde con los ideales que aún siendo no escritos, permanecen por su vigencia en lo que respecta a lo que la televisión universitaria puede y debe ser.

Desde ese año TV-UNAM ha iniciado la producción de un nuevo tipo de programas tendiente en sus objetivos a presentar por conducto de este medio lo que se considera más valioso y atractivo de la vida de esta casa de estudios.

Pero esta circunstancia no es lo importante en la evaluación que aquí se intenta. Lo rescatable de este trabajo televisivo radica en que este núcleo de programas ha logrado un alta grado de reconocimiento, tanto a nivel nacional como internacional.

Cabría preguntarse a que se debe este éxito, y la respuesta inmediata se centra no en la explicación de la existencia de grandes y sofisticados recursos técnicos, sino más bien en el carisma y la libertad propios del quehacer académico de la UNAM.

Parecería un factor casi metafísico, pero el hecho es que todo producto realizado por esta casa de estudios casi automáticamente crea un ambiente de interés naturales.

La idea y concepción mismos de esta televisión, se basaron siempre en esta consigna, las producciones realizadas por TV-UNAM contaron desde el primer momento, con la ventaja indiscutible de no tener que verse sujetos a rígidos esquemas de control de contenido.

La explicación que se ofrece aquí, se basa en la calidad académica y técnica, en muchos casos auténticamente universitaria, de quienes se encargan de este renglón de la comunicación de la UNAM.

En términos generales, la programación universitaria de televisión aprovecha especialmente los géneros documentales, de entrevista y noticiosos, con la variante en algunas ocasiones, del reportaje de apoyo.

La imagen se graba y transmite en función del formato característico que presenta la propia cámara de televisión y sólo en escasos de excepción, se aprovechan materiales fílmicos.

Reencontrándonos con el tema específico de este tesis, podríamos proponer que tratándose de la instancia analizada aquí y pensando que la televisión debe jugar un papel fundamental en el ejercicio de las funciones universitarias-- la televisión universitaria debería desde ahora, procurarse nuevas fórmulas de

emisión y programación, pensando en el aprovechamiento de las ventajas destacadas líneas atrás, y superando los inconvenientes también señalados antes.

Una vez más se sostiene que para lograr este objetivo, la investigación, la experimentación y la praxis directa, son los caminos a seguir como fórmula.

Sin salirnos de estas apreciaciones y para avanzar en el terreno de competencia de este trabajo, se pasaría ahora a revisar las propuestas para lo que sería el tercer nivel de la instancia Televisión-Docencia.

En éste se procuraría enfatizar particularmente en los ámbitos de la opinión-pública, la importancia de la docencia por el interés social que ésta tiene para nuestro país.

Si en los niveles precedentes se habla de la búsqueda de nuevos modelos de televisión universitaria, con todas las implicaciones que esta idea conlleva, en el tercer nivel se procuraría aprovechar promocional e informativamente lo más logrado de lo alcanzado en los renglones anteriores que se fundamentan en la investigación y la experimentación.

Aquí, la imagen de la Universidad debe ser un producto acabado y de calidad; políticamente se debe demostrar que la UNAM es capaz de superar lo propuesto por las televisiones estatal y privada; técnicamente debe ofrecer al espectador un manejo distinto del lenguaje televisivo, éste no sólo concebido como reto académico -como es el caso de los niveles anteriores, sino como recurso de

captación de atención e interés de parte de los receptores, demasiado acostumbrados a lo difundido cotidianamente por los medios estatal y privado.

EL contenido de los mensajes en este nivel giraría alrededor de lo que la misma UNAM sostiene como punto programático: el ejercicio de la docencia como forma de preparación de cuadros profesionales capaces de formular soluciones viables para la problemática nacional, en primera instancia, y en un segundo término, ligar su actividad estructuralmente con las otras dos funciones como elemento de apreciación del problema y como propuesta concreta en lo que a medios de comunicación social universitaria se refiere.

El interés social que la docencia puede tener, se centra en los resultados que ésta ofrezca, en particular tratándose de disciplinas cuya temática se ligue íntimamente con la problemática nacional.

Aún más, y sin soslayar el interés que por sí mismas puedan tener otras áreas del quehacer académico universitario y pensando en la posibilidad de otorgarle cierto colorido a la programación televisiva de la UNAM, podría pensar incluso en la difusión de tópicos relativamente ligados con las preocupaciones generales de México, buscando con ello cierto grado de "entretenimiento puro", cosa que sabemos de antemano no existe como tal o como ha sido concebido por las otras fórmulas televisivas, pero que no por ello debemos eliminar como alternativa.

Así se podría pensar en difundir el quehacer académico de la UNAM en materia-

de ingeniería, Medicina Preventiva, Teoría Social, Interpretación Económica, etc., así como Teoría Filosófica Elemental, Historia del Arte Mexicano, Historia, etc.

EL formato de esta programación podría ser el utilizado hasta ahora en los programas ya instituidos en IMEVISION y por conducto de RTC, sin menoscabar que en su momento vayan incorporando progresivamente nuevos elementos de tratamiento televisivo, tanto técnicamente como en lo concerniente a su contenido.

De este modo, estos temas podrían ser presentados en forma de reportaje, documental, entrevistas y mesas redondas, entre otras maneras.

Asimismo no se debería soslayar que la docencia, tal y como se ha insistido en estas páginas, se debe relacionar estrechamente con las otras funciones universitarias, de tal modo que no dejen lugar a dudas sobre la labor amplia y organizada que la UNAM desarrolla dentro de los ámbitos de su competencia social.

#### INSTANCIA TELEVISION-EXTENSION

La tercera instancia, concebidas éstas siempre como la relación entre una función universitaria y un medio de comunicación social igualmente universitario, sería la correspondiente a la establecida entre la Extensión y la Televisión.

Esta cuenta a su vez con dos niveles: el primero correlaciona a la función y el medio mencionado, en relación al interés social que esta concatenación es--

tructural ofrece. El segundo nivel, se señala por la difusión misma que el arte y la cultura en general pueden tener a través de la Televisión Universitaria.

El primero, ofrece la oportunidad de mantener un bombardeo informativo constante y bien organizado de lo que la UNAM desarrolla en materia de extensión cultural y académica.

En este nivel se trataría de organizar por conducto de la Televisión Universitaria todo un programa de difusión que tocáse en lo básico, dos temas fundamentales para esta función asignada a la UNAM.

Por un lado la sensibilización entre el público mexicano, particularmente en referencia a las clases populares, de lo que el arte y la cultura nacionales significan, agregando a ello en la medida de la posible, lo relativo a la cultura Universal.

El objetivo de este trabajo sería el buscar la asistencia a la vida cultural universitaria y nacional, de parte de aquellos que no tienen acceso a ella.

La fórmula de alguna manera esbozada páginas antes, podría ser la de la búsqueda de método audiovisuales que aprovechen en lo máximo posible la riqueza visual y auditiva que las artes en general tienen cuando se expresan tal y como han sido concebidas.

Este es un problema trascendental para TV-UNAM. Bastante y en muchas latitudes se ha intentado al respecto con mayor o menor éxito.

Así como la obra literaria infructuosamente ha sido tratada de llevar a las pantallas cinematográficas y televisivas, del mismo modo sucederá con la música, el ballet, la pintura o la escultura, por mencionar sólo a las Bellas Artes más representativas de la actividad cultural humana.

Esto, lejos de representar un obstáculo insalvable, debe ser concebido por los universitarios dedicados a la comunicación social por conducto de la televisión como un reto a asumir y vencer.

Con las dependencias sugeridas y/o propuestas en el cuerpo de este trabajo, se podría emprender este tipo de empresa con buenas expectativas, toda vez que se ha planteado como premisa la ya indiscutible calidad de los técnicos, productores, teóricos y planeadores de TV-UNAM.

No se trataría de la simple reproducción de la escena teatral o dancística como se lograría la calidad y riqueza comunicacional deseada; no sería tampoco con el simple documental explicativo como se alcanzaría una verdadera difusión, eficiente y eficaz de lo que son y significan la literatura y la música.

Sería menester la búsqueda también aquí, de fórmulas nuevas que traten de encontrar una manera de expresar con toda la fidelidad posible, la originalidad intencional del mensaje artístico, siempre con el interés didáctico que se im-



pone a sí misma esta función universitaria. Las locaciones, la interpretación libre, la ~~imaginación~~ imaginación visual-auditiva que como se comenta antes, tan bien han sabido aprovechar los muy comerciales videos musicales norteamericanos y nacionales, son ~~recursos~~ recursos dignos de ser tomados en cuenta en todos los niveles de investigación y experimentación que rigurosamente se tendrían que seguir.

El otro ~~tema~~ correspondiente a este nivel, sería aquel relacionado directamente con la ~~comuna~~ labor sustantiva de la extensión de la cultura universitaria: la extensión académica.

En relación ~~con~~ con los niveles correspondientes a la difusión de la docencia por conducto de la televisión, el aspecto académico dentro del interés social que la extensión de la cultura tiene para la UNAM representa para la televisión universitaria otra tarea de gran importancia, a la que se le debe otorgar todo el ~~interés~~ interés posible.

Ello se debe a que está claramente asentado en la legislación universitaria -- como meta y ~~objetivo~~ objetivo básico, el llevar en medida de lo posible y a todas las -- capas y ~~clases~~ clases sociales los beneficios de la cultura nacional y universal.

Este nivel ~~de~~ la instancia Televisión-Extensión sería como producto televisivo, un producto ~~acabado~~ acabado, toda vez que si bien en lo que correspondiese a las instancias relativas a la investigación y a la docencia se ha dejado ver que es posible partir y ~~avanzar~~ avanzar desde los niveles mismos de la investigación y experimentación en ~~materia~~ materia de comunicación social en general, y en el renglón de la tele

visión en particular, en lo que concierne a mensajes expresamente dirigidos a la sociedad en su conjunto, la UNAM tendría la responsabilidad y obligación - de ofrecer materiales comunicacionales (televisivos en este caso), claramente definidos y calculados en sus efectos y resultados sociales.

Esta consideración se basa por otro lado, en la necesidad que tiene la televisión universitaria de ofrecer una opción distinta y superior a la ya existente.

Antes se ha sugerido la utilización de géneros y modelos diversos a los ya -- conocidos; en páginas anteriores se ha dejado ver que incluso se pueden buscar nuevas maneras de expresión televisiva.

Antes se ha sugerido la utilización de géneros y modelos diversos a los ya conocidos; en páginas anteriores se ha dejado ver que incluso se pueden buscar-- nuevas maneras de expresión televisiva.

En este nivel los resultados obtenidos en instancias y niveles académicos anteriores, cristalizarían en un ejercicio comunicacional concreto.

Como se comenta en su momento, la extensión académica potencialmente representa un valioso recurso de superación cultural para grandes núcleos de nuestra - población. Aprovechar la televisión para rebasar las limitaciones que imponen las instalaciones universitarias dedicadas a esta labor, es un argumento de su eficiente peso.

Se trataría más que nada, de establecer un sistema de educación extraacadémica que procurara, ya sea actualizar conocimientos universitarios a egresados, orientar sobre temas de interés social y general a la comunidad nacional, o - crear cursos de aprendizaje sobre temas técnicos y humanísticos a quienes tuvieran interés o necesidad.

Para lograrlo, los géneros televisivos a utilizar tendrían que ser concebidos en función de las materias que se impartiesen. De ese modo y sólo como una idea inicial, se pensaría en el documental, las mesas redondas y algunos géneros de tipo periodístico para la actualización de conocimientos universitarios y temas generales. Se pensaría por otra parte, en la utilización de videoaula, para el caso de los cursos de capacitación.

En esta misma instancia, tenemos un segundo nivel de gran interés: el que relaciona a la televisión con la expresión artística.

También aquí es menester la investigación y la experimentación previas para alcanzar maneras de expresión que le otorguen a la televisión como medio de comunicación, la posibilidad de ser aprovechada como recurso en la extensión de la cultura.

Sin embargo, por su propia naturaleza este tema a nivel se antoja mucho más dúctil que los anteriores que exigen rigor académico y científico en su misma exposición comunicacional.

El arte, al ser por sí mismo búsqueda y expresión libre, permitiría a la Televisión actuar prácticamente de la misma forma. De hecho, en este trabajo se propondría que tal circunstancia viene a ser una excepción respecto a lo que hemos visto antes.

Esta argumentación es válida si razonamos que la televisión universitaria no debe constreñirse al trabajo académico.

La vida universitaria, al abarcar todo el quehacer de la cultura humana, se ve en la necesidad de enfrentar también el ámbito artístico . En tal medida y en la constante que nos hemos impuesto de considerar la comunicación social universitaria como un reflejo de las funciones de la UNAM nos obliga a pensar en la oportunidad que tiene en este caso la televisión de incluir en sus proyectos este tipo de expresión.

Pero cabe entonces preguntarse, ¿ cómo la televisión puede coadyuvar o incluso enriquecer la vida artística y cultural de la UNAM?

Visual y auditivamente, los medios ya han demostrado en diversas oportunidades las posibilidades que encierran como proyectores de algunos géneros artísticos.

Con mayor o menor suerte, el cine, la radio y la televisión han tratado de "tra-  
ducir" a sus propios códigos y lenguajes, los mensajes originalmente creados -  
para otro tipo de manifestaciones artísticas.

El error, o limitante si se prefiere, ha sido la consideración de que el arte escenográfico, pictórico, etc. se encuentran de antemano divorciados de los recursos comunicantes de los medios modernos de comunicación social. Al parecer no se ha pensado demasiado en la alternativa de pensarlos como aliados o complementarios.

La propuesta en este sentido sería que en la Universidad se intentara esta segunda opción como leit motiv de estudios, investigaciones y experimentación.

Gabriel García Márquez, cabe recordar, imaginó sus "Cien Años de Soledad" como un guión cinematográfico.

Habría que partir de un estudio profundo de la naturaleza de unos y otros medios de comunicación pensando que las artes también tienen en sí mucho de medios y mensajes de comunicación e información.

De ese modo se podría contar con un panorama preciso de los elementos convergentes y divergentes de todos ellos; los convergentes serían aprovechados para respetar en la medida de lo posible la versión o idea original de la expresión artística; los divergentes para estudiar las posibilidades de sustituir a los medios de comunicación la intención original de estas mismas expresiones.

El reto es interesante y sugestivo: lograr que a través de los medios de comunicación en general y no obstante que en este caso se está pensando específicamente

camente en la televisión, se pueda en un momento dado difundir la belleza y sofisticación de la "alta cultura" y las "bellas artes".

Esta al igual que las otras instancias, vendría a significar una verdadera faena para la comunidad universitaria en su conjunto, ya que se requeriría de la participación multidisciplinaria de una gran variedad de sus miembros y especialidades; en su nivel ideal, podría llegar a ser considerado como todo un proyecto académico.

Pero en mucha mayor medida que en los casos anteriores, en lo que se refiere a la difusión de arte como parte de la extensión de la cultura, los medios de comunicación social universitarios, y la televisión como caso concreto, se verían obligados a incursionar en maneras y formas de expresión absolutamente nuevas.

No queda aún claro si se trataría de adecuar el arte a la comunicación social o ésta a quella.

En resumen, y para concluir el apartado dedicado a la televisión universitaria se puede decir que este medio es el que mayores potencialidades guarda para comunicación social de la UNAM.

Esto debido sobre todo a su gran capacidad de penetración y cobertura; a su innegable aceptación entre prácticamente la totalidad de la sociedad nacional; a las posibilidades plásticas que posee al combinar en su estructura comuni-

cante la imagen y el sonido, la técnica y el arte.

Queda aún por resolver el canal por el que la UNAM vendría a transmitir este tipo de proyecto televisivo. En la actualidad se estudia seriamente la posibilidad de solicitar de manera formal, un canal para la UNAM, probablemente en la banda UHF. En todo caso se presenta también la alternativa de reforzar la negociación ya existente con RTC e Imevisión, o bien solicitar toda una barra de programación exclusiva para la UNAM.

Sin lugar a dudas, cosa que el sustentante considera la mejor solución, tanto en sus connotaciones técnicas como en las académicas e incluso políticas, a la Universidad Nacional le convendría contar con su propio canal, particularmente si nos ubicamos aunque sea de manera ideal en el contexto del proyecto que se bosqueja en esta tesis, que propone a corto, mediano y largo plazo, una verdadera reestructuración de la concepción misma que la Universidad tiene de sí -- misma, de la comunicación social moderna y de los medios con los que cuenta -- para ejercer sus obligaciones institucionales y estructurales.

#### RADIO UNIVERSIDAD

Otro medio que junto a la televisión guarda una gran importancia estratégica para la UNAM, es la radio, y en concreto la estación radiofónica que esta casa de estudios posee: Radio Universidad.

En su caso la radio universitaria resulta mucho menos susceptible a la crítica-

y el cuestionamiento, pues su labor después de cincuenta años en el aire ha sido motivo de grandes y repetidos reconocimientos.

Con gran tradición en el ambiente cultural del país; considerada como una verdadera excepción en el panorama que nos presenta el cuadrante radiofónico, radio UNAM es más bien material de imitación y emulación.

Por sus micrófonos han pasado y permanecen verdaderos líderes de opinión, por lo menos en lo que se refiere a la vida intelectual de México.

Su programación y aún cuando es atendida y considerada en su verdadera dimensión por un número relativamente reducido y radioescuchas, significa una de las pocas posibilidades que tenemos de contar en la radio con una gama de mensajes dirigidos efectivamente al intelecto y a la sensibilidad artística.

Con un ejercicio real de la libertad de expresión, se manifiesta en el aire como un modelo idóneo de lo que debe ser toda radiofonía que se precie de universitaria.

Sin embargo y pensando que la mejoría y la superación siempre son factibles, se propondrá para Radio Universidad un proyecto aplicable a toda la estructura planteada en este trabajo.

Del mismo modo que en los casos de la Prensa y la Televisión Universitarias, para Radio UNAM propondremos una restructuración de sus proyectos y programación



en base a las instancias definidas antes y con sus mismos niveles sucesivos.

#### INSTANCIA RADIO - INVESTIGACION

La primera de sus instancias sería aquella que relaciona a este medio con la investigación universitaria.

Aquí también concebimos tres niveles: el del interés social que la investigación debe tener a través de la radio; el que plantea su aplicación en la docencia, y por último el que se especializa en la divulgación de los avances -- concretos que la UNAM logra en este mismo rubro.

Para el primer nivel se sugeriría lo siguiente: no obstante que ya ahora en gran parte de la programación actual de Radio Universidad se denota interés -- por señalar la importancia y la aplicabilidad directa que tiene para México -- el quehacer científico de la Universidad Nacional, se requeriría que se sistematizaran temas y programas; que se dejara ver con claridad para el radioescucha, lo que podrían ser los horarios y tópicos a tratar en el transcurso de sus barras diarias.

Para lograr esto, además de la propia labor que tendría que llevar a cabo la Dirección y el personal de esta radiodifusora, se necesitaría la participación directa de los interesados e involucrados.

Un método para lograr esta colaboración sería mediante la participación insti-

tucional y directa de la Coordinación de Comunicación Universitaria y de los antes sugeridos cuerpo de asesores de esta dependencia y del Instituto de Investigación en Comunicación Social.

La universalidad de la investigación científica y humanística universitaria, la enorme gama de ramas de investigación que en esta casa de estudios se desarrolla, así como la evaluación de los temas a difundir tanto por su interés intrínseco como por su interés social, exigirían la participación de estos cuerpos.

Una definición tentativa y obligatoria podría basarse en grandes rubros del quehacer científico: así, se sugeriría que la programación que en función de este nivel se produjera, se decidiese en consideración a un análisis concienzudo de las ramas más significativas para nuestro país en materia de investigación.

Esta apreciación se basa en la constante presente en este nivel en la que se asienta que es el interés social que guarda la labor científica de la UNAM lo que motivaría esta "especialidad" en las barras de programación de Radio Universidad.

Las ramas mencionadas podrían ser las referidas a la búsqueda de soluciones a problemas nacionales en agricultura, técnicas pesqueras, industrialización y técnicas nacionales, medicina, biomedicina, veterinaria, ecología, economía, --

derecho laboral, teoría y práctica política, literatura, política internacional, ingeniería de la autoconstrucción, etc.

De igual forma se tendría que pensar en horarios accesibles a los potenciales radioyentes, los que no siempre pueden "cautivarse" en una mismo hora.

Los géneros radiofónicos mediante los cuales se difundiría este tipo de temática deberán ser variables. Las características mismas de este medio, capaz de presentar prácticamente cualquier tópico con la calidad suficiente como para capturar la atención de los oyentes, nos garantiza la posibilidad de contar -- con una programación que al aunar el interés al tratamiento técnico, ofrece-- ría un abanico amplio de programas de divulgación universitaria.

Especialmente se pensaría en producciones de corte periodístico, concibiendo -- con ello no sólo a las noticias y reportajes, sino incluso a la entrevista, -- la mesa redonda y aún la transmisión a control remoto de eventos relativos a es te nivel, es decir, la información comentada del quehacer científico de la -- UNAM.

El "colorido auditivo" que la radio le puede plasmar a cualquier tema universi-- tario, ubican a Radio UNAM como el medio de comunicación social con mayores al cances de penetración y cobertura.

Le favorecen sus horarios, la disponibilidad del público prácticamente a cual-- quier hora para atender una mensaje radiofónico, así como la relativa facili--

dad que tiene este medio para captar la atención.

Otro caso distinto es el que se visualiza en relación al segundo nivel de esta instancia.

La demostración directa y pragmática de la relación estructural que las funciones de la investigación y la docencia tiene entre sí por conducto ahora de la radio, debe resolverse con otro tratamiento.

Para Radio UNAM esta tarea se materializaría mediante un programa de producción dedicadas a enfatizar al alumnado universitario la importancia que tiene en su formación el conocimiento que se debe tener sobre lo que es, y la orientación que tiene, la investigación universitaria.

El objetivo básico sería no sólo enterar a la comunidad sobre este asunto, sino además motivarla para que extienda su preparación académica hacia los niveles de posgrado que participen en los procesos de investigación y prepararlos para aceptar presencia de asignaturas y temas provenientes ya no del conocimiento ortodoxo y tradicional con el que se les prepara profesionalmente, sino de los resultados, contenidos, intenciones concretas con los que se desarrolla el trabajo de investigación científica.

En tal sentido es que se asienta que en este caso no se podría reducir la labor de emisión de Radio UNAM a la simple utilización de géneros radiofónicos clásicos.

Con la probable excepción de la investigación científica en temas sociales, - políticos, humanísticos y filosóficos, para la radio resultaría muy difícil - poder presentar con eficacia un panorama preciso de lo que significa la investigación científica.

La descripción matemática -abstracta por definición- de trabajo de laboratorio -visual en muchos sentidos-, técnica, etc., del trabajo científico representa ría un serio obstáculo para este medio.

Sin embargo la función de la radio universitaria en este renglón tendría una importancia de primer orden.

Para concretar su papel, Radio UNAM tendría que hechar mano a la imaginación y creatividad de sus productores y equipo humano con el fin de idear nuevas fórmulas de mensaje radiofónico.

Una vez más se justifica la necesidad que tiene la UNAM de contar con un Instituto que oriente la investigación en ciencias de la comunicación.

Actualmente en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales se cuenta con la maestría en esta rama del conocimiento, sin embargo, académicamente este nivel de posgrado se dedica más que nada a la investigación teórica, cuando hace falta del mismo modo investigación que se aplique directamente al trabajo en los medios de comunicación social.

La investigación, en su relación estructural con la docencia, debe ser apreciada por este medio como un reto a enfrentar.

Para sólo presentar una primera aproximación de lo que podría ser una programación radiofónica dedicada a relacionar estructuralmente a estas funciones-- universitarias, se podría proponer lo siguiente.

Una vez sistematizada una temática básica, primer paso a tomar para proseguir en este proyecto, y que estaría basada en la revisión de los avances reales - de la investigación universitaria, así como en los rubros de mayor interés nacional, se tendría que pensar en un formato de producción mediante el cual se pudiese expresar radiofónicamente y con rigor académico lo que la UNAM ofrece a estudiantes y maestros como alternativa de estudio en relación con la mencionada función universitaria.

Estos formatos podrían ser en principio dos: por un lado uno que estaría relacionado con la función promocional que en el caso de la prensa también se le tiene asignado. En tal medida a Radio UNAM le correspondería la difusión de las explicaciones motivadoras que dirigidas hacia la comunidad universitaria, procurarían crear un ambiente propicio para la interrelación de las funciones universitarias que en este caso se combinan.

Así sería el caso de programas de divulgación que razonaran ante el auditorio sobre las conveniencias de aplicar en el nivel de la docencia, lo que se hacen en el de la investigación.

Del mismo modo se trataría de producir programas donde los investigadores directamente expusieran a su vez los "porqués" de esta intención académica.

Hasta aquí se estaría hablando de programación ortodoxa.

Es en la segunda opción radiofónica donde aún estarían por formularse nuevos tratamientos.

Este segundo formato buscaría plasmar en el lenguaje radiofónico lo que la investigación realiza en el laboratorio. En principio, el objetivo sería el dar un primer paso hacia la metodización académica que en su oportunidad la Universidad tendría que emprender para ligar estructuralmente a las funciones aquí--referidas.

Se tendría además que motivar al estudiantado y cuerpo académico para que convirtieran en la práctica a Radio UNAM, en una fuente documental más.

Se habla aquí de otorgar a los medios de comunicación social universitarios un carácter más amplio que el que tradicionalmente se concibe para los dedicados a labores comerciales de servicio social.

Esta apreciación debe ser considerada como uno de los postulados centrales en esta tesis y es aplicable especialmente para los casos de la televisión y la radio que produce esta casa de estudios.

Pasando ahora al tercer nivel de esta instancia, trataríamos de presentar lo que Radio UNAM tendría que hacer para difundir en sus ondas lo que la Universidad ha logrado en investigación científica, especialmente en lo que concierne a avances concretos en tal renglón.

Especialmente se trataría de ampliar lo que ya se difunde a nivel de noticiarios y programas de divulgación.

Actualmente esta estación radiofónica universitaria ya desarrolla un trabajo en tal sentido, sin embargo sería necesario sistematizar este tipo de programación tanto por temas como por horarios.

Es conocido para el público tanto por conducto de la prensa, como de la televisión y la radio, alcanzado por esta casa de estudios en diversas disciplinas científicas.

Se requeriría en todo caso presentar de manera más amplia y no sólo por conducto de tratamientos meramente informativos lo que significan para la UNAM y el país sus avances en esta materia.

Para ello se tendría que considerar la oportunidad de establecer programaciones especiales que den a la luz pública hechos concretos. La UNAM cuenta con dependencias expofeso, como son los casos del Centro de Innovación Tecnológica y el Centro para la Comunicación de la Ciencia.



Ambas se dedican a la difusión de la ciencia universitaria; la primera, mediante la concertación y colocación en el medio industrial de "productos terminados", con aplicación directa y real en las diversas ramas industriales nacionales e incluso internacionales. La segunda, procura difundir la naturaleza y el nivel del quehacer científico universitario tanto a la propia comunidad universitaria, como a sectores científicos específicos y aún a la opinión pública.

La participación de estas dependencias en un proyecto radiofónico que intente llevar al conocimiento general la importancia de la labor de investigación universitaria, es imprescindible.

Para los aspectos ligados a la investigación social, del mismo modo se podría obtener la cooperación de instituciones de la UNAM que tengan por interés evidente, la difusión de sus logros concretos.

Así, la Coordinación de Humanidades o los diversos institutos que trabajan en el análisis de problemas sociales, políticos y económicos nacionales, podrían en estos espacios radiofónicos una oportunidad inmejorable para plantear tesis, exponer teorías y propuestas concretas para el país, así como proponer soluciones regidas por el rigor académico.

Lo importante en este caso no sería necesariamente el formato a los géneros radiofónicos a utilizarse, sino que se tendría que otorgar un nivel de gran calidad a lo que se difunda a través de las ondas radiofónicas, nivel que la capacidad universitaria le puede proporcionar a estas emisiones.

Además sería condición indispensable, al igual que en los niveles precedentes la definición bien planeada de horarios y espacios con el fin de ser fácilmente identificados, localizados y esperados por el público potencial. Para ello se requeriría de una gran promoción misma que ya fue propuesta como labor específica en el caso de la prensa universitaria.

La siguiente instancia a revisar sería la Docencia en relación estructural -- con la radio Universitaria.

#### INSTANCIA RADIO-DOCENCIA

Esta instancia también cuenta con tres niveles: el primero es aquél que se define ahora en sentido inverso, por la relación estructural entre la Docencia y la Investigación universitaria. El segundo y concebido como un tema académico sobre el que los medios y con ellos la radio, mucho pueden hacer, es la ayuda que la radio pueda proporcionar a la superación de temáticas difíciles para alumnos y maestros. Y por último como tercer nivel, el tocante al interés social que la docencia tiene como función universitaria, tema de gran actualidad al momento en que esta tesis se redacta.

El primero de estos niveles es considerado en este trabajo como una relación-estructural. Como en los casos anteriores se explica por la obligación que tiene nuestra casa de estudios de establecer una interdependencia entre sus funciones institucionales.

Si en el caso de la Investigación en relación con la docencia, se argüían algunas alternativas para la radio universitaria, en este nivel se puede presentar

algo similar.

Aún cuando la docencia está diseñada y concebida como una labor dedicada especialmente al trabajo interno de la Universidad, su significancia social es importante. De este modo se puede ligar a la investigación científica, función que como se ha explicado, si cuenta entre sus metas la resolución de problemas nacionales.

Si en el caso de la televisión se habla especialmente de la creación de códigos y lenguajes expresamente diseñados para un uso académico de la televisión, para el caso de la radio esta idea no es aplicable toda vez que este medio se encuentra mucho más desarrollado en lo que a códigos específicos se refiere.

Podemos suponer que la relación estructurante entre docencia e investigación por conducto de la radio, deberá enfrentarse y resolver de otra forma.

Esta forma permitiría llegar al meollo del asunto mucho más directamente, sin el paso previo de enseñanza a los receptores de nuevos códigos.

Así Radio UNAM podría tratar de desarrollar la relación mencionada líneas atrás, mediante programaciones dedicadas a establecer en sentido inverso al del nivel correspondiente a investigación-docencia lo que atañería a la influencia que la docencia debe ejercer sobre la investigación.

Esta influencia se definiría a través de la práctica docente orientada hacia los

temas que la investigación debe desarrollar para coadyuvar a la solución de los problemas nacionales.

Si en el caso de la investigación respecto a la docencia se trata de imbuir en los cuerpos académicos la idea de que los contenidos científicos deben ser contemplados como materia de estudio, en el caso inverso, es decir el que se manifiesta en la influencia que la docencia debe ejercer sobre la investigación el rol que ésta debe jugar es eminentemente propositivo.

De este modo, tanto alumnos como maestros podría intervenir en las políticas de investigación científica mediante la propuesta de ramas de investigación-- que deben seguir.

Las técnicas de enseñanza-aprendizaje que se siguen en muchas facultades, colegios y escuelas permiten la participación activa de alumnos y maestros en un proceso que mucho tiene de parecido con los esquemas ideales del proceso de la comunicación.

Se tendría entonces que hacer efectiva esta retroalimentación por conducto de los medios de comunicación social universitarios.

Así, la discusión y planteamientos propositivos sobre líneas de investigación a seguir podrían a ser materia de conocimiento público, tanto a nivel de comunidad universitaria como de opinión pública.

Se resaltaría la importancia académica y participativa de las comunidades estudiantiles y magisteriales de esta casa de estudios, con el consiguiente rescate de reputación académica e imagen pública que requiere cada vez en mayor medida la UNAM.

Radio UNAM en este sentido, podría ser uno de los medios idóneos para llevar a la práctica una estrategia académica como la aquí sugerida, ya que sus características particulares le permiten actuar con mucha mayor elasticidad que los otros medios.

Pensando en la naturaleza y objetivos de un proyecto como el esbozado aquí, se sugeriría que los géneros y estilos que Radio UNAM habría de seguir para desarrollar una estrategia así serían aquellos que permiten la participación de los radioescuchas en o durante las transmisiones.

Asimismo deberán ser elaborados de manera tal que sea posible contar con la participación simultánea de varias opiniones y niveles escolares.

Son la mesa redonda y las entrevistas colectivas, preferentemente transmitidas en vivo, las fórmulas radiofónicas más apropiadas para llevar a cabo la concretización comunicacional de la relación estructural que debe existir entre la docencia y la investigación.

El segundo nivel de la instancia Docencia-Radio consistente en la búsqueda de mecanismos académico-comunicacionales que ayuden a resolver uno de los proble-

mas más graves de alumnos y maestros: la deficiencia en el aprendizaje de diversos tópicos particularmente difíciles.

Ya se propuso en el caso de la televisión universitaria, una potencial alternativa a seguir pensando especialmente en el aprovechamiento de la imagen para resolver problemas que resultan inaccesibles y abstractos para gran cantidad de alumnos y maestros; esto además referido a materias y asignaturas generalmente ligadas a carreras técnicas y científica: matemáticas, física, química, biología, etc.

Sin embargo también en carreras más teóricas, como las sociales y humanísticas, se presentan problemas similares aún cuando en menor escala.

Una constante en este sentido, es la nula preparación que el alumnado universitario tiene respecto a lo que es dado en llamar "cultura general"

Historia y política mexicana, filosofía elemental, psicología básica, Teoría Social, entre otras, son ramas del conocimiento sobre las cuales se perciben enormes deficiencias.

Pareciera viable pensar en la posibilidad de transmitir a través de Radio -- UNAM, programas dedicados a la actualización y fortalecimiento de esta clase de conocimientos entre el alumnado universitario y de paso incluso entre el público en general.

Aquí una vez más se exigiría todo un programa previo de sensibilización que permitiera a la comunidad universitaria tener una visión mucho más íntima y compenetrada con Radio UNAM.

De este modo se podría tener la certeza de que sus mensajes vendrían a ser captados por los alumnos prácticamente como una obligación escolar más.

Por otro lado, necesariamente se tendría que proporcionar un carácter accesible y ameno al tratamiento y contenidos de estos programas sin perder en ningún momento su calidad académica.

El formato de estos programas deberá ser diseñado con el objeto de garantizar la atención de los oyentes. Para ello se sugeriría utilizar programas equivalentes a los "documentales" de televisión, aprovechando los géneros periodísticos más elásticos y dúctiles como lo son el reportaje y el ensayo.

Al estar dirigidos particularmente a los alumnos, al mismo tiempo tendrán que ser programados en horarios accesibles tanto para aquellos que estudien en turnos matutinos como en vespertinos.

Además y en referencia a las temáticas, éstas tendrán de discernirse en función a un diagnóstico académico que precise cuales rubros de la "cultura general" son en los que los estudiantes se encuentran más débiles.

El tercer nivel de esta instancia es el manifestado por el interés social que la docencia como función universitaria tiene a través de los medios de comunicación radiofónica.

Este nivel se encuentra muy relacionado con el inmediato precedente: mientras que aquél se refiere al trabajo comunicacional en la propia comunidad universitaria, en éste, la labor de Radio UNAM se concentraría en la difusión de los contenidos sociales de la docencia universitaria.

Ello a su vez se liga con los aspectos relacionados con la tercera instancia: la de la Extensión de la cultura a través de la radio.

Del mismo modo que en el caso anterior, Radio UNAM deberá estructurar un proyecto de información que lleve a las clases sociales algo de bagaje académico que se trasmite tradicionalmente en sus aulas.

Si en el nivel anterior se habla de temáticas sobre las cuales se adolece de deficiencias académicas, en éste se trataría de diagnosticar cuales ramas del conocimiento convendría a la comunidad nacional recibir.

Es evidente que el abanico de necesidades de conocimiento que requiere nuestra sociedad es amplísima.

Sin embargo de igual manera resulta obvio resaltar algunas temáticas imprescindibles: temas médicos, de orientación sanitaria, de cultura política y social,



de autogestión económica en zonas rurales, de economía familiar, de orientación en el consumo en la autoconstrucción y autoconsumo, entre otros.

El formato de esta programación sería similar al anterior, pero en este caso la apreciación de los horarios de transmisión tendría que seguir otros criterios más acomodados a las horas de ocio de las clases trabajadoras y populares.

#### INSTANCIA RADIO-EXTENSION

En tercer instancia corresponde a la de la relación estructural entre la radio y la Extensión de la Cultura en la UNAM.

Esta instancia cuenta como en el caso de los medios anteriores, con dos niveles: el que señala el interés social que esta función tiene en la radio universitaria y el que se manifiesta como la difusión del arte y la cultura universitarias, nacional y universal.

El primero como se apunta antes, se relaciona con el carácter e interés social que se percibe también en los otros niveles.

La variante radica aquí en que mientras en los anteriores el aspecto más connotado era el académico, el de la docencia pura, en este en cambio se centra en aspectos culturales y de extensión académica extracurricular.

Como en el caso de la televisión, el objetivo y la intención se basa más que nada en la idea de que las labores de extensión académica que lleva a cabo ins

titucionalmente la Universidad pueden ser más extensas, de mayor penetración y efectividad si se aplican por conducto de los medios de comunicación universitarios, en este caso por la Radio.

De nuevo pensando en que para la radio habría que desarrollar una programación adecuada a sus características y en función de temas universitarios que pudiese ser expresados con toda eficacia mediante sus códigos particulares, se -- nos presenta la idea de que de lo que se trataría es de dividir las esferas - de trabajo de estos medios en consonancia con sus propias particularidades.

Así la extensión académica que podría practicar la radio universitaria se centraría en temáticas teóricas o factibles de ser expuestas mediante el sonido.

En tal medida este nivel se concibe como complemento del siguiente, que de inmediato se explicará.

De lo que se traría es de proporcionar al radioescucha teoría literaria y musical especialmente, con el fin de dar sentido al mensaje sofisticado y muy--elaborado que al mismo tiempo y por esta misma estación se trasmite en forma de música culta o crítica literaria.

A mediano plazo el objetivo a perseguir sería el de facilitar al radioyente un bagaje mínimo que le permita en su momento la apreciación clara de lo que significa en placer estético y formación intelectual, lo que Radio UNAM trasmite en los hechos, para una élite reducida.

De esta manera llegamos al último nivel de la instancia correspondiente a la Radio y la extensión.

Este representa lo que ya ha venido desarrollando con gran eficacia y rigurosa formalidad Radio UNAM.

La transmisión de la llamada por algunos "música culta", la presencia de espacios radiofónicos dedicados a la crítica y el análisis, la programación concerniente al conocimiento de la cultura mundial, son temas en los que esta estación cuenta con amplio reconocimiento.

La propuesta de transmisión sistemática de todos los niveles antes propuestos - muy posiblemente resta espacios y tiempos a la transmisión musical.

Sin embargo aquí se sostiene que ello es necesario, dada la falta de espacio que adolecen otros y muy importantes rubros de la vida universitaria.

La programación musical y cultural de Radio UNAM debe estar dirigida no sólo a grupos específicamente universitarios o con preparación académica. No debe estar nada más dedicada a la difusión puramente cultural o de análisis profundo.

El rol que debe jugar Radio UNAM es más amplio: debe dirigir sus mensajes a todas las capas sociales posibles; tiene que extender su actividad universitaria - hacia las otras funciones, hasta ahora algo desatendidas.

Radio UNAM tiene por obligación participar activamente en la vida académica y de investigación de la Universidad Nacional.

#### GACETA UNAM

El último medio universitario de comunicación social a correlacionar con las tres funciones sustantivas de la UNAM es el órgano impreso interno denominado "Gaceta UNAM"

Por tener un carácter diverso en alcances y estructura a los anteriores, a este medio de información universitaria se le habrá de presentar desde una óptica distinta.

A diferencia de los otros medios universitarios, en los que se ha manejado la propuesta correspondiente a su papel institucional en base a instancias y niveles que se han tratado de metodizar en su presentación, para Gaceta UNAM, la propuesta será mucho más concreta y simple.

El problema principal de este órgano de información interna es su falta de aceptación y escasa influencia sobre la comunidad universitaria, destinatario básico de sus mensajes.

Ello se debe a una errónea concepción de este medio. Al manejar prácticamente contenidos generalmente dedicados a cuestiones académicas y culturales para los que existen otras maneras de promoción e información Gaceta sacrifica - -

en gran medida la posibilidad de utilizar sus espacios y con ello capturar la atención de más lectores, con temas más ágiles e interesantes.

Es correcto que se utilicen sus páginas para la promoción e información relativa a las actividades y eventos más importantes que lleve a cabo la UNAM; es correcto que se aprovechen sus espacios para informar a la comunidad universitaria sobre los avances científicos y académicos más interesantes.

Pero reducir toda la producción informativa de este medio a temas que no siempre resulta aplicables y productivos en expresión impresa es contraproducente ya que si bien Gaceta UNAM no es atendida como debiera o pudiera ser, cuenta a pesar de ésto, con la posibilidad de convertirse en un líder de opinión o eje de la atención universitaria si se explotan correctamente sus particularidades.

Los medios impresos al exigir toda la atención de sus receptores, quienes requieren de un mínimo de concentración para captar el sentido y objeto del mensaje escrito, necesitan reproducir ideas que garanticen contenidos lo suficientemente interesantes como para estimular el esfuerzo de la lectura.

Al ser la comunidad universitaria tanto desde un sentido social como académico un abanico muy amplio de sectores, grupos y niveles humanos, resulta ser también un universo de receptores demasiado grande para que este órgano informativo aspire con realismo a influir sobre todos ellos.

La alternativa que tiene Gaceta UNAM para que en efecto pueda ser un órgano informativo de interés para la generalidad de los miembros de la comunidad de la UNAM, es la de detectar los temas que resultan interesantes, tanto para el biólogo como para el sociólogo, para el actuario como para el abogado.

Esta posibilidad se tiene si se analiza lo que la vida cotidiana del campus - universitario ofrece en común para toda esta gama.

Resulta que estos focos de interés por lo general van ligados a aspectos no - precisamente académicos, sino relacionados con temáticas más bien "superficiales", como lo son lo que en prensa se denominarían " notas de color"

En este sentido y aceptando que no por ello Gaceta UNAM tendría que dejar de - informar sobre los temas académicos y culturales a los que comunmente se avoca, podría asimismo dedicarse a buscar en la vida diaria de la UNAM aspectos amenos o importantes que asegurásen el interés y la atención de los lectores.

La actividad política universitaria, que existe decididamente; los personajes- característicos y pintorescos; la opinión de alumnos y maestros sobre temas de interés general; las crónicas y críticas que se podría realizar acerca de la - vida cultural de la Universidad; la explicación amplia de los servicios que -- presta nuestra casa de estudios a su comunidad, son temas que podrían ser in-- cluidos en las páginas de la Gaceta.

Por otro lado y porque es preciso que también la Gaceta UNAM se incorpore al \_

programa de comunicación social aquí propuesto, será imprescindible que se planteen un proyecto de información que contemple con equilibrio la difusión a través de sus páginas, de las tres funciones sustantivas de la Universidad.

Es imposible que abarcara este medio de información todas las variantes expuestas en este trabajo en forma de instancias y niveles, dada la limitación de espacio que padece.

Pero en cambio sí podría establecer una suerte de equilibrio entre lo que sería información y opinión editorial; entre lo que es difusión de la docencia y lo que correspondería en ese mismo sentido a la investigación y la extensión.

Lo importante como objetivo periodístico para la Coordinación de Comunicación Universitaria es otorgarle a este recurso un papel definido dentro de las diversas funciones que ejecutan el conjunto de los medios que componen el sistema de comunicación social de la UNAM.

Por lo que respecta a su distribución se sugeriría que fuere más ágil y estratégica: en lugar de depositarse en lugares en los que se supone que la comunidad acudiría a obtener los ejemplares, tal vez sería más eficaz entregarlos directamente, por medio de una especie de voceadores que con movilidad y conocimiento del terreno se encargasen de repartirlo entre alumnos y maestros.

NOTAS

- (1) En las ramas de la investigación que desarrolla la UNAM (humanísticas y científicas), se puede constatar que actualmente se llevan a cabo cientos de líneas de investigación, como se observa en los catálogos siguientes:
  - a) Catálogo de Investigaciones Humanísticas de la UNAM. México, 1984-1985.  
Coordinación de Humanidades. Dirección de Intercambio Académico. UNAM. México 1985. (142 pp).
  - b) Catálogo de Investigaciones Científicas de la UNAM. 1984-1985.  
Coordinación de la Investigación Científica. Dirección General de Intercambio Académico. UNAM. México. (341 pp).
- (2) J.P. Baggaley; S.W. Duck. Análisis del Mensaje Televisivo. Editorial Gustavo Gilli. Colección Mass Media. Barcelona. España 2a. Edición. 1982. (217 pp). págs. 166-167.
- (3) Idem. pag. 170
- (4) Ponencia presentada ante el Foro de Televisión Universitaria de parte del Departamento de Producción del Centro Universitario para la Comunicación de la Ciencia. Ciudad Universitaria, 30 de marzo de 1987.
- (5) Idem.
- (6) Fátima Fernández; et al. Televisa, el Quinto Poder. Editoria Claves Americanas. México. 1985. (237 pp).



## CONCLUSIONES GENERALES.

Ya que la exposición de todos los planteamientos que se contienen en esta -- tesis resultan complejos, sobre todo por la enorme cantidad de implicaciones -- directas e indirectas que se perciben en ellos, es necesario a modo de conclu -- siones elaborar una reseña muy generalizada de las ideas, propuestas y sugeren -- cías que conforman el cuerpo de la tesis.

Por otra parte, es evidente que estas proposiciones serán susceptibles a la -- crítica, tanto estrictamente técnica como política. Desde hace tiempo pero -- muy especialmente en la actualidad, han sido temas de discusión y debate las -- opiniones sostenidas por diversos sectores de la comunidad universitaria so -- bre lo que se refiere a comunicación social y a los medios por los que ésta se -- realiza. Por ello también se considera necesario puntualizar brevemente lo has -- ta este momento sostenido.

La opinión aquí manifiesta corresponde a un punto de vista personal, pero no -- por ello exento de la influencia y conocimiento previo de lo discernido a su -- vez por otros estudiosos del problema comunicacional universitario.

Tanto en los foros previos sobre Televisión Universitaria como en los Foros -- de Diagnóstico correspondientes a la organización del Congreso Universitario, -- el tema de la comunicación social en la UNAM ha sido debatido desde diversos -- puntos de vista. Al parecer han prevalecido especialmente las tesis sustenta -- das por investigadores, maestros y alumnos de la Facultad de Ciencias Políticas

y Sociales, naturalmente interesados en estos tópicos.

Se debe poner en claro, aún cuando en el contenido de la tesis se hace más evidente, que muchas de las consideraciones expuestas en las páginas anteriores se contraponen en más de un sentido a la corriente prácticamente generalizada en los Foros mencionados.

Esta situación se explica básicamente por la experiencia personal del sustentante, que en los últimos tres años ha laborado directamente en las áreas de Prensa y Comunicación Universitaria de nuestra Universidad.

Sin embargo y también debe quedar claramente estipulado, la visión que del fenómeno analizado tiene el autor, no corresponde en ningún sentido a las concepciones oficiosas y oficiales que las autoridades universitarias sustentan. Esta tesis es resultado del trabajo personal y sostiene puntos de vista que tienden a buscar el consenso y el equilibrio entre la diversidad de posiciones académicas, profesionales, ideológicas y políticas que intervienen en el debate.

Es por eso que si bien se enfatiza la defensa de la necesidad de que sigan -- siendo las autoridades centrales de la UNAM las que conserven el control administrativo de los medios universitarios, también se subraya la innegable necesidad de que la comunidad universitaria participe realmente y en los hechos -- en la proyección y realización de las políticas de comunicación de la Universidad.

La situación actual por la que atraviesan el país y la Universidad exige cambios profundos en usos y costumbre. Por su propia naturaleza y por el nivel intelectual y científico que socialmente se le requiere a la UNAM le corresponde la búsqueda y encuentro de fórmulas sabias de concertación así como la elaboración y readecuación de sus estructuras, a fin de que sean más acordes con el cumplimiento de sus funciones.

En el renglón de la comunicación social que realiza nuestra casa de estudios, ambas posibilidades (o retos) son susceptibles de ser cumplidas. Concertación entre los sectores que conforman su comunidad con el objeto de desarrollar políticas y estrategias de comunicación que respondan a los intereses y necesidades legítimos de todos ellos.

Reestructuración de sus dependencias y órganos comunicacionales a fin de que éstos cumplan mejor y debidamente con sus funciones, al mismo tiempo que coadyuvarán verdaderamente en el ejercicio efectivo de las tres funciones básicas de la UNAM.

Por otra parte y para concluir, se debe insistir en el carácter que de ensayo tiene esta tesis; en cuanto que se busca con ello alcanzar una exposición de ideas ágil, fluida y con un tratamiento periodístico.

Sin embargo, al considerar que se exigiría un planteamiento sistematizado de los principales puntos propositivos, se presenta en secuencia que va de lo general a lo concreto:

1. La Universidad Nacional por su importancia, obligaciones y objetivos, tiene que cumplir con informar, difundir y comunicar sobre sus actividades institucionales tanto al exterior como al interior de su campus.
2. Para realizar esta tarea cuenta con la Coordinación de Comunicación Universitaria, la que a su vez, tiene por recursos comunicacionales a: La Dirección General de Prensa, la Dirección General de Televisión Universitaria, Radio--UNAM y Gaceta Universitaria.
3. Cada uno de estos medios, por sus características particulares así como por su capacidad y penetración, deben orientar la información que emitan a los sectores de la sociedad y de la propia comunidad universitaria que resulten más adecuados y permeables.
4. Al mismo tiempo, la información que emita la Universidad básicamente debería responder y ser reflejo de las tres funciones sustanciales que se le asignan, de tal forma que la imagen que se logre con una política definida de comunicación social sea perceptible como un proyecto sistemáticamente elaborado y desarrollado en base a dichas funciones.
5. En el caso de la comunicación dirigida hacia el exterior de esta casa de estudios, se podrían aprovechar principalmente a la Dirección General de Prensa y Radio UNAM, ya que sus funciones y objetivos están claramente orientados hacia tales fines. En un segundo nivel asimismo se aprovecharían los --espacios ganados por la televisión universitaria en la corporación estatal --

de este medio, sin renunciar o desechar la alternativa que podrá ofrecer en su momento el contar con un canal de televisión propio.

6. Los objetivos comunicacionales del proceso hacia el exterior sería esencialmente informativos y de difusión, -tanto científica como humanística -ya que estas son las necesidades que en tal materia tienen tanto la propia Universidad como la opinión pública en general.
  
- 7.- Por otra parte y también concebida como una de las obligaciones y objetivos básicos de la UNAM y de su Coordinación de Comunicación, se encuentra la información ( o comunicación) interna, que debe ser considerada como prioritaria.
  
8. Para llevar a cabo un proyecto de comunicación interna la UNAM cuenta con la Gaceta UNAM, Televisión Universitaria y la propia Radio UNAM, órganos oficiales de esta institución e instancias que progresivamente han venido adquiriendo status de medios referenciales para la comunidad universitaria, particularmente en lo que toca al todavía reciente conflicto universitario y las secuencias y consecuencias que han resultado del mismo como es el caso del Congreso a realizarse en un futuro aún no precisado, pero que promete que la misma comunicación universitaria vendrá a ser uno de sus temas importantes.
  
9. En este sentido, los objetivos que debería tratar de alcanzar la programación de este proceso son de "comunicación", en toda la extensión del concepto, así como los de difusión e información.

10. Esta aseveración se justifica si se acepta la necesidad de obtener de dicho proceso una retroalimentación informativa por parte de la comunidad -- universitaria, objeto de la actividad de esta Coordinación, ya que de esa manera se puede percibir con mayor claridad los resultados y reacciones de la estrategia comunicacional planeada.
11. Para desarrollar tal política de comunicación se debe percibir a la Universidad como un todo estructural, cuyas partes a pesar de tener objetivos y funciones diversos, siempre están en consonancia y bajo la orientación de las funciones institucionalizadas de esta casa de estudios.
12. De esta forma, la Coordinación de Comunicación Universitaria a través de -- las dependencias propuestas, (el Centro de Investigación Aplicada, las sub dependencias sugeridas y el cuerpo asesor) al mismo tiempo que pudiese es pecializar cuadros humanos y recursos técnicos ya sea para las labores ex ternas o internas en la materia correspondiente, igualmente podría hacerlo para cada una de estas funciones, dedicando atención específica a aquellas áreas cuyas labores se dedican tanto a la docencia como a la investigación o la difusión de la cultura o la academia.
13. Con este panorama de trabajo definido, se tendrían que planear para cada -- uno de los medios de comunicación social con que cuenta la Coordinación, es trategias y tácticas adecuadas en función, como se señala anteriormente, de las características particulares de cada uno de ellos. Estas estrategia y tácticas se definen en su momento -capítulo V-, como instancias y niveles -

de comunicación universitaria.

14. Tal orientación respondería eficientemente a las necesidades que en este renglón tiene la UNAM, que en las actuales circunstancias se ven acrecentadas ante la cada vez más inminente realización del Congreso Universitario.
15. En el caso de la Dirección General de Prensa, cuya actividad se dirige especialmente hacia el exterior del campus, muy en particular a la opinión pública, el contenido de sus mensajes debe enfocarse hacia objetivos informadores y promocionales de las tres funciones básicas de la Universidad.
16. Por otro lado y con un sentido político realista y pragmático, otra de las actividades sustantivas de esta dependencia, es la de buscar crear una imagen positiva de la Universidad, de sus autoridades, de sus funciones y de su comunidad toda, ante la opinión pública.
17. Como evaluación general al respecto se puede decir que el desempeño que sobre este aspecto ha llevado a cabo esta Dirección General, ha sido adecuado. Sin embargo cabría la posibilidad de programar entre sus metas el procurar establecer un mayor equilibrio entre la información relativa a las funciones institucionales de la UNAM. Aún cuando en la actualidad cotidianamente se difunde información referente a las tres funciones universitarias, es evidente que falta programar con sistema y método tal información. Se estaría hablando particularmente de la creación de difusión científica, humanística, -

social y en general, de extensión académica.

18. Por lo que respecta a la televisión producida en esta casa de estudios cabría por otra parte la posibilidad de reorientar y mejorar los contenidos de algunas de sus programaciones para alcanzar una mayor y más atenta audiencia.
19. Esta reorientación tendría dos vertiente: hacia la opinión pública y hacia la propiamente universitaria.
20. En el primer caso resultaría imprescindible la producción de programas cuya temática sin perder el espíritu y la calidad esperada de esta institución, planteáse al auditorio nuevos modelos y fórmulas de comunicación televisiva, de mayor interés y siempre respondiendo y reflejando los objetivos y funciones difusores de la UNAM.
21. En el segundo, procurando dar voz y atención a todos los sectores de la comunidad naturalmente interesados en tener presencia y actividad en este medio, particularmente a los alumnos cuyas carreras impliquen la práctica y el aprendizaje de los métodos y técnicas de televisión universitaria.
22. Para llevar a cabo esta estrategia se requeriría de tacto político, adecuadas alianzas y acuerdos entre sectores universitarios y en general una muy bien elaborada política de acercamiento y acceso para los sectores de la comunidad susceptibles de verse favorecidos con tal medida.



23. El resultado probable de esta política televisiva podría redundar beneficiosamente para la Universidad, ya que se podría encontrar fórmulas novedosas, acordes al espíritu y la filosofía universitaria y eventualmente formadoras y proveedoras de cuadros humanos que permitieran el sano crecimiento y desarrollo de este medio de comunicación social.
  
24. Por lo que se refiere a la radiofonía universitaria, al igual que en el caso de la televisión se puede suponer que se necesitan readecuaciones de programación y políticas de difusión e información que la conviertan realmente en medio importante tanto para la comunidad universitaria como para la opinión pública.
  
25. Si bien en el consenso de la sociedad esta estación es considerada como la más importante en materia cultural, dista mucho de tener una audiencia mayoritariamente universitaria, ya que su programación resulta inaccesible para grandes sectores de esta comunidad.
  
26. Para contrarrestar esta tendencia sería útil incluir una programación más - variada, siempre al igual que en el caso de los otros medios de comunicación universitaria, tratando de reflejar la actividad sustantiva de la UNAM y los intereses y necesidades informativas de los diversos sectores de esta casa de estudios para presentarles más alternativas radiofónicas y restar audiencia e influencia a las estaciones comerciales.

27. Tanto para la Televisión Universitaria como para la radiofonía, se debe entender y planear un contenido propositivo socialmente novedoso como modelo comunicacional y siempre acorde con las obligaciones y compromisos que la UNAM tiene con el país.
28. Gaceta UNAM por su parte, requiere de una reforma importante de objetivos y estilos periodísticos, ya que hasta el momento no se aprovecha en toda capacidad la potencial importancia que puede tener como órgano de información interno.
29. Este cambio de estilo y contenidos podría muy bien dedicarse al manejo de temas más accesibles y amenos para la generalidad de la comunidad universitaria.
30. La complejidad y sentido ambicioso de esta propuesta a considerar exigirían además una reestructuración de los sistemas y programas de comunicación social universitarios. Este punto se podría alcanzar si se admite y decide otorgar a la comunicación social un status más amplio e influyente en la vida universitaria.
31. Orgánica y estructuralmente ello se podría definir por una imbricación interdependiente entre los diversos órganos de comunicación social universitarios y las funciones sustantivas de esta misma casa de estudios.
32. De este modo, los medios universitarios coadyuvarían al fortalecimiento de-

dichas funciones, tanto en lo que se refiere a las metas propias de éstas - como en lo concerniente a las interrelaciones que se prevén entre ellas.

33. Para la organización y cumplimiento de este tipo de objetivos, la UNAM podría contar además de con la propia Coordinación de Comunicación Universitaria, con dos cuerpos que aquí se proponen.
34. Por un lado y concebido como órgano de apoyo a esta Coordinación, con un -- cuerpo de asesores en materia de comunicación social, conformado por miembros de todos los sectores de la comunidad universitaria y que tendría por función básica el aconsejar y presentar a la Coordinación consideraciones - objetivas sobre las necesidades y programas de comunicación universitarios.
35. Por otra parte, un Instituto especializado en investigación práctica y directa en aplicación en materia de Comunicación Social entendiéndose en ello -- tanto a la propia Prensa, como a la Televisión, la Radio y otros recursos - comunicacionales con que cuenta la Universidad.

Este sería un órgano académico, en principio propuesto como un área dependiente de la Coordinación de Investigación de Humanidades, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales o de la propia Coordinación de Comunicación Universitaria.

BIBLIOGRAFIA GENERAL

"METODOLOGIA Y TECNICAS DE INVESTIGACION EN CIENCIAS SOCIALES".- Felipe Pardinás.. Ed. Siglo XXI. Decimoctava edición, 1978; México. (212 pp).

"MANUAL DE TECNICAS DE INVESTIGACION" Ario Garza Mercado. EL Colegio de México. 1974. (188 pp).

"EL ESTRUCTURALISMO" Jean Piaget. Ed. Oikos-Tau. Barcelona. (1980).

"LOS METODOS ESTRUCTURALISTAS EN LAS CIENCIAS SOCIALES" Jean Viet. Amorrortu Editores. Argentina. 1979. (283 pp).

"EXAMEN DE LA COMUNICACION EN MEXICO". Miguel A. Granados Chapa. Ed. El Caballito. México. 1981 (224 pp).

"POLITICAS Y SISTEMAS NACIONALES DE COMUNICACION SOCIAL" Coordinación General de Comunicación Social, Presidencia de la República. Colección Aportes de Comunicación Social. México. 1981. (143 pp).

"CONDICIONANTES HISTORICOS DE LA COMUNICACION SOCIAL" Coordinación General de Comunicación Social, Presidencia de la República. Colección Aportes de Comunicación Social México, 1981 (203pp).

"LA DEMOCRATIZACION DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL" Coordinación General de Comunicación Social, Presidencia de la República. Colección Aportes de Comunicación Social. México, 1981, (134 pp).

"100 PUNTOS SOBRE LA COMUNICACION DE MASAS EN MEXICO" Jaime Goded. Universidad Autónoma de Sinaloa. 1979 (180 pp).

"EL PERIODISMO EN MEXICO" Autores varios, UNAM-ACATLAN. 1980 (396 pp).

"CRITICA DE LA COMUNICACION SOCIAL". Severo Iglesias. Ed. Tiempo y Obra. México, - 1981. (171 pp).

"COMUNICACION ALTERNATIVA Y CAMBIO SOCIAL" (I. América Latina). Varios autores UNAM. 1981 (328 pp).

"TEORIA GENERAL DE LA INFORMACION Y LA COMUNICACION" Robert Escarpit. Ed. Icaria. España, 1981. (318 pp).

"LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN TIEMPOS DE CRISIS" Armand y Michel Mattelart. Ed. Siglo XXI. 1981 (259 pp).

"LOS MEDIOS DE COMUNICACION" Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales. UNAM-FCPS. año XXIII, nueva época. Oct-Dic. de 1976, Ene-Mar. de 1977

"COMUNICACION Y CULTURA" Ed. Galerna. Argentina No. 64. 1975 (181 pp)

"LOS CONSEJOS NACIONALES DE POLITICA DE LA COMUNICACION" UNESCO. Estudios y documentos de comunicación social (41 pp).

"REVISTA CONNOTACIONES" No. 1. 1981. México. (128 pp).

PROYECTO "SISTEMA NACIONAL DE COMUNICACION SOCIAL", Información proporcionada por el señor Luis J. Solana, Coordinador General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, en Nov. de 1981.

"INFORMADOR PARA INFORMADORES". (tarjetas de información estadística proporcionada por la Secretaría de Programación y Presupuesto). 1981. Parte correspondiente a los medios de comunicación en México.

"LA LEGISLACION MEXICANA EN RADIO Y TELEVISION". Raúl Cremoux. Colección Ensayos. U.A.M. México 1982. (191 págs).

"ELEMENTOS PARA LA TEORIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION". Hans M. Ensensberger. Cuadernos anagrama. Barcelona, 1974. (74 pp).

"LA COMUNICACION" Abraham Moles, Et. al. Ediciones Mensajero Bilbao, España 1975. (677 pp).

"IDEOLOGIA Y APARATOS IDEOLOGICOS DEL ESTADO" I. Althusser. FCPS, D.F.; UPOMES (edición fotocopiada). (170 pp).

"PSICOLOGIA DE LAS MASAS" S. Freud. Alianza Ed. Esp. 1977. 4a. Ed.

"HISTORIA GENERAL DE MEXICO". varios autores. (2 tomos). El Colegio de México. México. 3a. Ed. 1981.

"EL LABERINTO DE LA SOLEDAD" O. Paz. fce. Colección Popular; México, 1981. (191 pp).

"POSDATA" O. Paz. S. XXI. México, 1980. (155 pp).

"LEY ORGANICA DE LA UNAM". "LEGISLACION UNIVERSITARIA". Oficina del Abogado - General. Dirección General de Estudios de Legislación Universitaria. México. 1985. (151 pp).

"TELEVISA, EL QUINTO PODER" Edif. Claves Americanas. México. 1985. (237 pp)

"ORGANIGRAMA Y FUNCIONES DE LA DIRECCION GENERAL DE PRENSA DE LA UNAM". Manual de Organización de la UNAM. México. 1986.

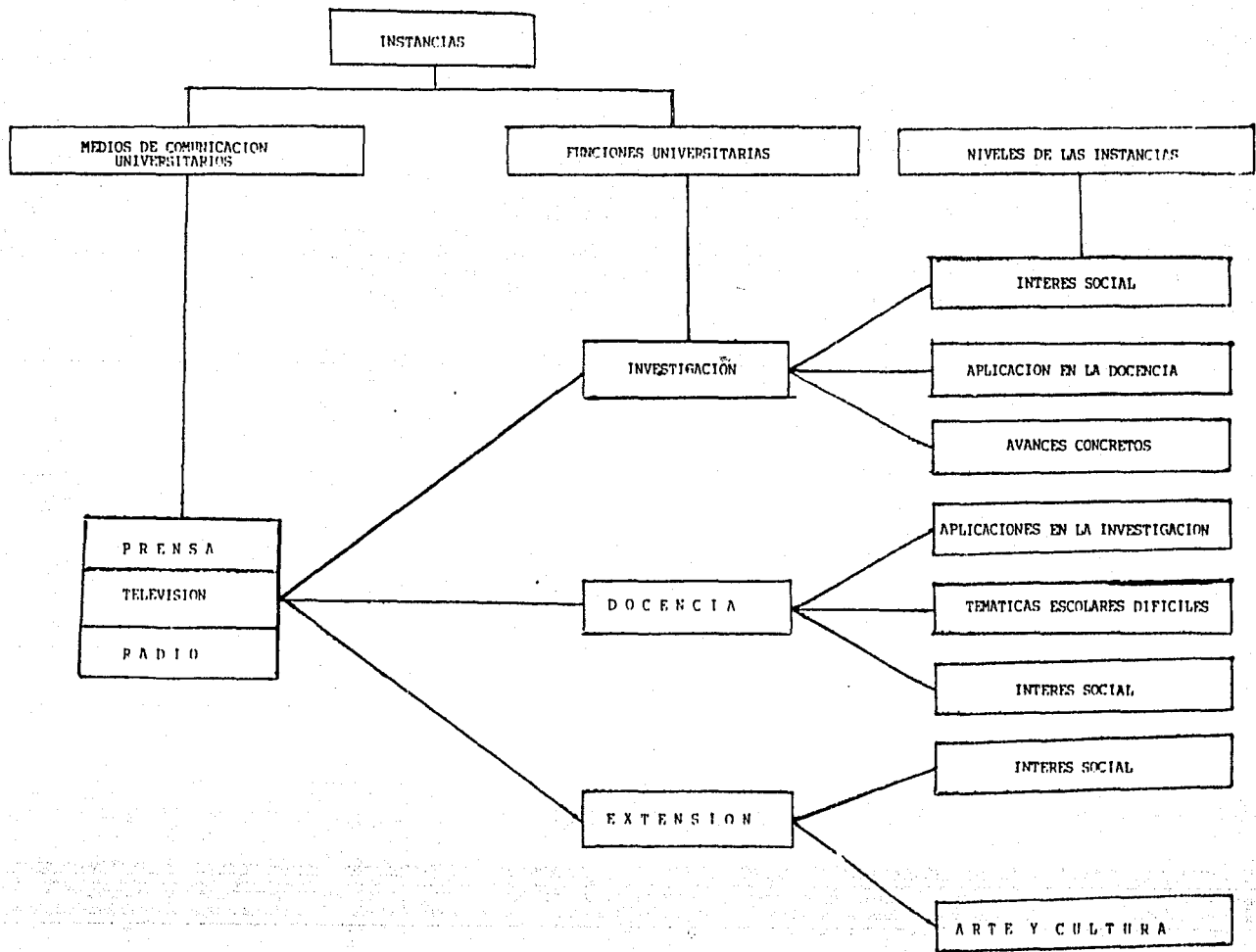
"ORGANIGRAMA Y FUNCIONES DE LA DIRECCION GENERAL DE TELEVISION UNIVERSITARIA" Manual de Organización de la UNAM. México. 1986.

"ORGANIGRAMA Y FUNCIONES DE RADIO UNAM" Manual de Organización de la UNAM. México. 1986.

"CATALOGO DE INVESTIGACIONES HUMANISTICAS DE LA UNAM" Coordinación de Humanidades. Dirección de Intercambio Académico. UNAM. México. 1985. (142 pp).

"CATALOGO DE INVESTIGACIONES CIENTIFICAS DE LA UNAM" Coordinación de la Investigación Científica. Dirección de Intercambio Académico. UNAM. México. 1985 (341 pp).

"ANALISIS DEL MENSAJE TELEVISIVO" J.P. Baggaley; S.W. Duck. Editorial Gustavo - Gilli. Colección Mass Media. Barcelona, España. 2a. Edición. 1982 (217 pp).



**TESIS PROFESIONALES**

**Mecanografía e Impresión**

**Campeche No. 156, Col. Roma**

**México, D. F. 06700**

**564-3954 y 584-8153**