

3
2 ej.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS

COLEGIO DE PEDAGOGIA

LA DIRECCION GENERAL DE TELEVISION
UNIVERSITARIA: LA FUNCION EDUCATIVA DEL
NOTICARIO "PRESENCIA UNIVERSITARIA"



T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADO EN PEDAGOGIA

P R E S E N T A :

MARIA ISABEL ARMENTA DE FILOSOFIA Y LETRAS
SOSA

ASESOR: MTRO. ROBERTO PEREZ BRANDEZ



MEXICO, D. F.

No Bo
[Signature]

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

12/13
[Signature]



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

PAGS.

INDICE

INTRODUCCION

CAPITULO I

1. CONCEPTOS DEL TEMA 9

CAPITULO II

2. BREVE HISTORIA DE LA TELEVISION UNIVERSITARIA. 19

CAPITULO III

3. PROGRAMACION DE LA DIRECCION GENERAL DE
TELEVISION UNIVERSITARIA (1989). 42

CAPITULO IV

4. ELEMENTOS QUE DEBEN TOMARSE EN CUENTA PARA
REALIZAR UN PROGRAMA EDUCATIVO 46
- 4.1 CULTURA Y EDUCACION. 46
- 4.2 EDUCACION FORMAL, NO FORMAL E INFORMAL 49
- 4.3 EL PEDAGOGO DENTRO DEL EQUIPO DE PRODUCCION
DE PROGRAMAS EDUCATIVOS. 60
- 4.4 PERCEPCION, COMUNICACION Y APRENDIZAJE 61

CAPITULO V

5. ANALISIS DE CONTENIDO.	71
5.1 ANTECEDENTES	71
5.2 ANALISIS DE CONTENIDO.	84
5.3 CUADROS DE ANALISIS.	88

CAPITULO VI

6. INTERPRETACION DE LOS DATOS OBTENIDOS	90
6.1 DATOS OBTENIDOS	90
6.2 CONCLUSIONES.	93
6.3 CONSIDERACIONES PEDAGOGICAS	96

BIBLIOGRAFIA

I N T R O D U C C I O N

El proceso de la comunicación se da en un contexto social. En la época moderna, no podemos pensar en alguien aislado o que los medios de comunicación masiva existan independientemente, sino que individuos y medios masivos forman una unidad dialéctica con el todo social.

El desarrollo y perfeccionamiento de los medios de difusión masiva, ha suscitado que diversas investigaciones traten el tema desde diferentes puntos de vista, principalmente porque este desarrollo ha influido en la sociedad y en la transformación de los planos económicos, políticos y culturales.

Estos instrumentos para transmitir información han alcanzado un desarrollo impresionante como agentes socializadores, como medio de entrenamiento y como avance tecnológico, pero dejan mucho que desear en cuanto a los contenidos de los mensajes que se transmiten: una visión deformada de la realidad, patrones de conducta violentos, formas de pensar y de actuar, son algunas de sus manifestaciones más comunes.

Los productos de los medios de difusión masiva, se critican principalmente porque alteran el comportamiento y la forma de pensar de los sujetos, en algunos casos inconscientemente, además, porque a través de éstos se mantienen las características propias del sistema capitalista, lo que implica introyectar en los individuos un marcado conformismo, pautas de comportamiento, formas de pensar y de percibir la realidad.

I N T R O D U C C I O N

El proceso de la comunicación se da en un contexto social. En la época moderna, no podemos pensar en alguien aislado o que los medios de comunicación masiva existan independientemente, sino que individuos y medios masivos forman una unidad dialéctica con el todo social.

El desarrollo y perfeccionamiento de los medios de difusión masiva, ha suscitado que diversas investigaciones traten el tema desde diferentes puntos de vista, principalmente porque este desarrollo ha influido en la sociedad y en la transformación de los planos económicos, políticos y culturales.

Estos instrumentos para transmitir información han alcanzado un desarrollo impresionante como agentes socializadores, como medio de entrenamiento y como avance tecnológico, pero dejan mucho que desear en cuanto a los contenidos de los mensajes que se transmiten: una visión deformada de la realidad, patrones de conducta violentos, formas de pensar y de actuar, son algunas de sus manifestaciones más comunes.

Los productos de los medios de difusión masiva, se critican principalmente porque alteran el comportamiento y la forma de pensar de los sujetos, en algunos casos inconscientemente, además, porque a través de éstos se mantienen las características propias del sistema capitalista, lo que implica introyectar en los individuos un marcado conformismo, pautas de comportamiento, formas de pensar y de percibir la realidad.

Algunas investigaciones señalan que por medio de los contenidos de dichos mensajes, se están formando receptores pasivos, conformistas, acríticos y poco creativos, ya que impiden un desarrollo armónico de algunas de sus capacidades intelectuales. Cada día adquieren mayor importancia los medios de difusión masiva en la vida social, haciéndose indispensable analizar hasta qué punto puede influir la comunicación colectiva en la forma de pensar, en la conducta y en el sentir de los hombres.

La UNAM es un organismo descentralizado del Estado, dotado de plena capacidad jurídica y que tiene por fines:

- 1.- Impartir educación a nivel superior para formar profesionistas, investigadores, profesores universitarios y técnicos útiles a la sociedad;
- 2.- Organizar y realizar investigaciones, principalmente acerca de las condiciones y problemas nacionales y;
- 3.- Difundir y extender con la mayor amplitud posible los beneficios de la cultura.¹

La Universidad ha creado diversos centros, escuelas y dependencias para que cumplan con estos fines. La Dirección General de Televisión Universitaria es una de estas

¹Legislación, p. 11.

dependencias, y un medio de comunicación social con que cuenta la UNAM. Sus objetivos ² no deben diferir en lo que esta Casa de Estudios se ha planteado, ya que cualquier otra labor que desfase sus fines, desfasará el trabajo que la Universidad desarrolla en beneficio de la comunidad universitaria y nacional. Pero ¿qué pasa con este primer precepto que marca la Ley Orgánica?

La Universidad es el centro promotor, generador y difusor de la cultura por excelencia, y deberá utilizar todos los instrumentos de divulgación necesarios para que esa producción esté al servicio de su enriquecimiento y del enriquecimiento de la sociedad en la que se desarrolla.

El objetivo de este trabajo es analizar si el noticiario que produce la Dirección General de Televisión Universitaria realiza una función educativa. ¿Por qué un noticiario?, mi intención era hacer un análisis de la programación de T. V. UNAM. Al revisar la bibliografía constaté que ya existía un estudio sobre Radio Universidad, entonces pensé hacer el análisis de un programa producido en esta Dirección. Me encontré con otro problema, en ese momento la Dirección atravesaba por diversos cambios: por un lado hubo cambio administrativo, por lo que se encontraba en una etapa de definición de objetivos; por otro se habían fusionado

²En una junta de trabajo en Televisión Universitaria fue presentado un documento para ser discutido, éste contenía el siguiente objetivo: "Vincular a la comunidad universitaria entre sí y a la Universidad con la comunidad nacional a través de la producción, difusión y distribución de programas televisivos de carácter cultural, científico e informativo que constituyan un brazo de extensión del conocimiento que existe y se genera en nuestra Casa de Estudios, hacia la sociedad; el conocimiento empírico y la sensibilidad de los diferentes sectores de la población".

dos dependencias T.V. UNAM y el CUPRA (Centro Universitario de Producción de Recursos Audiovisuales), y no se sabía qué rumbo iba a tomar Televisión Universitaria. La producción de programas, tanto de una dependencia como de otra perseguían diferentes objetivos. Toda esta situación hizo que descartara la posibilidad de analizar una serie o un programa en específico. Con estas circunstancias, el noticiario se presentaba como el programa que tenía y tiene más constancia en su transmisión por canal abierto, y que a lo largo de su historia se ha venido definiendo. En esos momentos estaba en vísperas el Congreso Universitario. Asistí y participé con una ponencia en los Seminarios de Diagnóstico, por lo que, me pude percatar de los debates que se suscitaron cuando se tocó el tema de la definición de objetivos del noticiario "Presencia Universitaria". En esos momentos hasta se rumoraba que desaparecería y de no ser así, pasaría a manos de la Rectoría como un medio de difusión para las autoridades.

Lo que se pedía en esas discusiones, es que el noticiario al formar parte de la Coordinación de Difusión Cultural reorientara sus propósitos y objetivos. En uno de sus párrafos el documento presentado decía textualmente lo siguiente: "...En este documento, se plantea que el noticiario "Presencia Universitaria" debe recrearse a partir de la esencia misma de la UNAM: debe partir de la libertad y la pluralidad, y ser una producción participativa de los diferentes sectores de la Institución sin que tenga que subordinarse a criterios de autoridad informativa. Este proyecto se propone rescatar lo noticioso de la actividad académico-cultural y otorgarle la categoría que amerita su

difusión. Dejar de lado el esquematismo y acartonamiento del manejo de la información audiovisual...".³

Sé que es difícil concebir a un "noticiario educativo", pero es posible, en estos "telediarios", como se les suele llamar también, nos inducen a creer en ciertas cosas, nos guían para tomar determinadas actitudes, se nos desinforma en lugar de informarnos, por lo que, no nos llevan a la realidad de lo que acontece y esto influye en nuestro pensar, en nuestro actuar.

La Universidad como mencioné anteriormente al ser el centro promotor, generador y difusor de la cultura en nuestro país, debe ofrecernos un noticiario diferente, crítico, plural con reportajes más de fondo.

Los temas a tratar en este estudio serán los siguientes: Primero daré las definiciones operacionales de los términos que uso con frecuencia como son: Función educativa, Televisión educativa y Programación.

Posteriormente expondré brevemente la historia de la televisión universitaria, ésta se dividirá en dos etapas, la primera de 1950 a 1972, y la segunda de 1973 hasta la actualidad. La primera etapa se caracteriza por los incesantes esfuerzos de la UNAM por conseguir un canal de televisión, por la experimentación en circuitos cerrados y por ensayar diversas

³ DEPARTAMENTO DE NOTICIAS DE T.V. UNAM. Proyecto del noticiario "Presencia Universitaria". Ponencia presentada en los Seminarios de Diagnóstico previos al Congreso Universitario. México, UNAM, 1989. 22 pp.

modalidades en la producción por canal abierto. La segunda etapa está marcada por la celebración de los convenios con el monopolio privado de la televisión mexicana, Televisa.

Ligado a este punto conoceremos las series que produce T.V. UNAM y la finalidad de las mismas.

Me pareció importante dar algunos elementos que deben tomarse en cuenta para la realización de un programa educativo, como son la relación de la Cultura con la Educación. Además de las clases de televisión que pueden ponerse al servicio de la educación (educación formal, informal y no formal); hablaré del personal que interviene en la realización y producción de un programa de televisión, y de un punto muy importante como es el guión y el guionista. Mencionaré la función del pedagogo dentro del equipo de realización. Por último expondré de una manera breve, cómo se lleva a cabo la percepción, la comunicación y el aprendizaje en el ser humano. Este aspecto me pareció esencial para saber cómo nos comunicamos entre sí las personas, y cómo se realiza el aprendizaje, asimismo nos ayudará a situar los medios de comunicación dentro de la educación.

Tomando como base los temas mencionados procederé a realizar la técnica de investigación análisis de contenido, de una de las series que difunde esta institución: "Presencia Universitaria".

El interés de este trabajo surgió por dos razones: la primera, mi desempeño laboral en esta Dependencia desde hace diez años y la segunda surge como consecuencia de un movimiento renovador que se desató en la Universidad Nacional Autónoma de

México (UNAM), en donde se presentó un crudo diagnóstico sobre la Institución, así se dieron una serie de sucesos que convergieron en la aprobación por el Consejo Universitario (máximo organismo de la UNAM) de un Congreso.

En él se revisaría la situación de la Universidad y se propondrían correctivos a sus problemas más agobiantes. Pero antes de efectuarse el Congreso se inició una fase hacia éste: la realización de Seminarios de Diagnóstico en las escuelas y facultades, los centros de extensión y las dependencias administrativas. En cuanto a los seminarios en donde se abordó el tema de la Difusión Cultural, se demandó que la televisión se plantee entre sus objetivos, ser una televisión educativa.

Ante los problemas que estamos enfrentando actualmente, la educación superior está definida por la necesidad de mejorar los procesos de aprendizaje. Ante este desafío, la televisión (como medio audiovisual) debe surgir como un recurso, en el que sea posible apoyarse para contribuir a elevar la calidad de la educación.

En la medida en que la televisión sea utilizada para introducir o realizar las preguntas significativas sobre problemas, las personas se introducirán en la búsqueda de formas de pensamiento y reflexión, en este caso se debe hacer partícipes a los universitarios de los quehaceres científicos, docentes y culturales pero de una manera en que se pueda aprehender conocimientos de los programas.

C A P I T U L O I

1. CONCEPTOS DEL TEMA

En mi investigación uso continuamente los siguientes términos, que definiré operacionalmente para la mejor comprensión de este trabajo.

Hablo de una función educativa dentro de los programas que transmite la Dirección General de Televisión Universitaria, entendiéndolo por función educativa la acción encaminada a guiar y orientar a los individuos para convertirlos en miembros positivos de la comunidad, mediante programas que desarrollen el razonamiento y la discriminación con la experiencia social.

El uso de la televisión con los fines educativos es una posible opción para enfrentar el grave rezago educativo del país. Sin embargo, la televisión como cualquier otro recurso educacional, no es un instrumento que pueda por sí mismo dar solución a ningún problema. La programación de carácter educacional no es una alternativa real a la de carácter recreativo-comercial. Tanto por la frecuencia de sus emisiones como por su calidad de producción, la televisión comercial es superior a la educacional.

La televisión educacional no ha definido un estilo propio o bien, ha copiado las mismas pautas de la televisión publicitaria o ha usado un lenguaje pobre, escaso en recursos técnicos y expresivos. En estas condiciones, la televisión educacional parece más bien, estimular entre el auditorio el hábito a la exposición de la programación comercial. Un estudio realizado

demonstró que los estudiantes de la Telesecundaria se exponen un 75% más tiempo a la televisión comercial que a la Telesecundaria; este dato es significativo, si se tiene en cuenta que en muchos casos, las poblaciones marginadas que tuvieron acceso por primera vez a la televisión comercial, lo hicieron por el interés de contar con el servicio de la Telesecundaria.⁴

Inspirada en la televisión publicitaria, domina en los medios educacionales la tendencia a concebir a la educación como un proceso de transmisión de información o como un proceso de persuasión, soslayando la formación integral de la persona en la que el individuo activo y consciente en la acción colectiva, es el actor de su educación. Para que el aprendizaje, a través de los medios sea eficaz, y contribuya con una formación integral de los individuos, es indispensable que se impulse a la participación activa en el proceso educativo en estrecha colaboración con grupos multidisciplinarios, además, los contenidos deberán referirse a la realidad circundante de los educandos, propiciando la acción y la reflexión sobre ésta.

Debe decirse que se ha exagerado en la utilización educacional de la televisión, usándola indiscriminadamente para sustituir o completar las funciones del aparato escolar, en detrimento de la calidad de la educación y del funcionamiento del propio aparato escolar. Deberían considerarse con seriedad las limitaciones y las potencialidades de la televisión antes de

⁴ Montoya, Martín del Campo, A. Et.al. El impacto educativo de la Televisión comercial en los estudiantes del Sistema Nacional de Telesecundaria. En Televisión y enseñanza media en México. El Sistema Nacional de Telesecundaria, Vol. II, Ed. GEFE, México, 1981, pp. 123-346.

utilizarla con fines educativos, según se trate del nivel de enseñanza, los contenidos de la educación, etcétera, así como teniendo en cuenta las características sociales, económicas, políticas y culturales de los destinatarios. Las condiciones estructurales en que históricamente se ha desenvuelto la comunicación social nacional han determinado la función educativa de los medios masivos de comunicación. Control político, hegemonía cultural y acumulación de capital, son características que se repiten en el uso instruccional de la televisión. Si tales condiciones no son modificadas, será imposible avanzar en una televisión educacional de los medios, en beneficio de la nación.

"La programación televisiva dedicada a fomentar la educación, (...) es un amplio proceso de formación social, por medio del cual la población se informa sobre la realidad que vive, sobre su historia presente y pasada, al mismo tiempo que se capacita para utilizar dicha información con el fin de influir en su medio e influir sobre él".⁵

Otro término al que me referiré es al de televisión educativa, que definiré como la televisión que en cuanto tiene la posibilidad de transmitir contenidos relevantes, de promover destrezas personales, actitudes socialmente útiles para transformar la personalidad positivamente, formando individuos activos, críticos y participativos, es un medio educativo.

⁵ Fredy Héndez Reyes, "La televisión, un instrumento fundamental para el fomento de la educación", ponencia presentada en Mérida, Yuc., p. 165.

Para entender a la televisión educativa en México hay que adoptar una postura teórica sobre la educación en nuestro país, desde una perspectiva global en la que la educación aparezca como fenómeno social total, es decir, como resultante de un conjunto de determinaciones sociales que definen su naturaleza y sus características, pero que a la vez influye sobre las condiciones que la determinan.

La educación vista así, no puede entenderse si no muestra la participación como estructura económica, jurídico-política y cultural. Y, como consecuencia, si no se precisa la especificidad de lo educativo y su influencia sobre cada una de las estructuras que constituyen la sociedad, entre las cuales se encuentra la televisión. La educación como fenómeno social total, no sólo implica a las relaciones que mantiene con el contexto global de la sociedad. Los elementos que constituyen la educación están a su vez dentro de una relación de subtotalidad. Ninguno de los elementos discernibles de la educación pueden ser explicados si no se recurre a su relación interna con los otros elementos, los cuales reunidos, combinados dentro de un unidad, forman lo educativo.

En un estudio realizado en agosto de 1979 y mayo de 1983, sobre dos grupos de programas destinados al público infantil, Susana Villegia, destaca la necesidad de plantear un concepto amplio del significado del término televisión educativa.

Este debe ser reformulado según los objetivos y funciones de las políticas educativas a nivel global, que vaya más allá de

mero marco académico y de las instituciones formales, puesto que el programa de tipo educativo no sólo es didáctico, destinado a promocionar instrucción, sino paralelo a todos aquellos que se producen para incidir en el buen uso del tiempo libre.⁶

El concepto educación podría generar un buen número de controversias como ha ocurrido siempre, dependiendo del punto de vista filosófico, político, psicológico o pedagógico en que se sitúen los que pretenden definirla. Sin embargo, podríamos coincidir en la educación como formadora de la personalidad dentro de un contexto social, puede ser considerada un proceso y a la vez como un productor.

Cuando se le trata como proceso se piensa en un continuo, en una serie de actividades que tienden a lograr un fin preestablecido. Cuando se toma como producto se alude al resultado de ese proceso.

De esta manera podríamos afirmar que la educación como proceso es un factor cultural, ya que está coadyuvando con su dinámica a hacer y rehacer la cultura.

En cambio, la educación como producto es un bien cultural, si se mira como un concepto redondo y relativamente acabado que es posible transmitir mediante variados recursos.

Esto se puede ilustrar con un ejemplo: algunas creencias y

⁶ Susana Villegía, "La televisión destinada al consumo infantil", ponencia presentada en Guadalajara, Jal., p. 211.

costumbres, ciertos valores y usos, son bienes culturales que la generación adulta entrega a la generación joven por medio de la educación.

Aquí estarían bienes como la idea de democracia, la escritura, el sistema de numeración, etcétera, que se adquieren a lo largo de la primaria. Como se ve estamos hablando de la educación como proceso.

En cambio, cuando hablamos de "dar educación a los adultos" a través de los medios, nos estamos refiriendo a ella como producto, o sea un bien cultural que es susceptible de transmitirse.

La expresión comunicación educativa conlleva ambos conceptos, el de compartir y distribuir la educación como un bien cultural y el de usar el proceso educativo para hacer más eficaz la comunicación.

La educación como producto, es decir, como bien cultural ha sido un objeto transmisible en televisión.

La producción de programas -excelentes muchos de ellos- donde se ponen de manifiesto parcelas de contenidos científicos y cuyo fin es tramitar una serie de conocimientos e información, ha sido comúnmente llamada televisión educativa, para oponerla a aquella donde los programas tienen una finalidad puramente recreativa.

Al calificar la televisión informativa como educativa se ha olvidado quizá, que la educación no afecta exclusivamente al aspecto intelectual del ser humano, sino que pretende desarrollar positivamente otras áreas como la psicomotriz y la afectiva, que conforman a grosso modo, la personalidad indivisa.

Esto nos lleva a reflexionar sobre el fuerte impacto que ejercen en los televidentes esos programas, no específicamente instruccionales, ya que la televisión recreativa, por razones obvias de amenidad, está incidiendo en la formación del ser humano y modifica su lenguaje, sus costumbres y sus actitudes, de un modo más definitivo que la televisión que pretenda instruir.

Toda la producción televisiva es un producto educativo que conforma y modifica la sociedad en su cotidianeidad y en su trascendencia. Pero para diferenciar lo que sería una televisión educativa de todas las demás producciones, cabría definirla de la siguiente manera: aquella cuya forma y mensaje están estructurados voluntariamente para educar integralmente al individuo en cualquier rama del saber humano.

El problema está en la concepción misma de lo que debiera ser una televisión de calidad. En la actualidad se le concibe como un género más adentro de la programación, así como hay series policíacas o telenovelas. Se habla de programas culturales o educativos indiscriminadamente, cuando se transmite un concierto, se presenta la última novedad literaria o se lleva a cabo una mesa redonda. El problema viene de lejos, cuando nace en 1959 el Canal 11 como apoyo al proceso enseñanza-aprendizaje, se

transporta la solemnidad de la cátedra a un medio totalmente novedoso. Así, se piensa en programa educativo y se imagina uno un aburrido comentario de un severo personaje, estilo docente decimonómico, sobre alguna materia de título imposible: semiología, epistemología o cibernética.

A ello contribuyeron también los iniciadores de la televisión universitaria y sus conocidos programas como "Divulgación de Temas y Tópicos".

"Para que la televisión se convierta en una alternativa real para la enseñanza, debe estar inserta en un modelo educativo que plantee una relación distinta con el medio, nuevas formas de lectura del mensaje que permitan una utilización más creativa de los recursos y la tecnología de parte de quienes elaboran los mensajes, y una interrelación más comprometida, crítica, dinámica, entre quienes participan en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Si se acepta como base, la idea de que los fines de la educación deben surgir y funcionar en el seno mismo de acción pedagógica, convendremos en que no se puede educar en el monólogo para el diálogo; no se puede educar para la acción en la pasividad y no se puede formar para la crítica en la recepción pasiva".⁷

En cuanto al concepto de programa se referirá, al resultado o producto del esfuerzo y cooperación de muchas personas con diferentes especialidades, es decir, una creación colectiva. Una

⁷ Alicia Molina, "La programación televisiva de Telesecundaria y las guías de estudio" en Televisión y enseñanza media en México..., pp. 66-67.

versión única, procesada y editada por un equipo de personas que nos dan su punto de vista o el de la cadena televisiva (en este caso de la institución).

CAPITULO II

2. BREVE HISTORIA DE LA TELEVISION UNIVERSITARIA

Desde su arribo a México, para la Universidad Nacional no paso inadvertida la trascendencia social y cultural de la televisión. Podemos dividir la historia de la Televisión Universitaria en dos etapas, la primera de 1950 a 1972 y la segunda de 1973 hasta la actualidad.

La primera etapa se caracteriza por los incesantes esfuerzos de la UNAM por conseguir un canal de televisión, por la experimentación en circuitos cerrados y por ensayar diversas modalidades de la producción por canal abierto.

La segunda etapa está marcada por la celebración de los convenios con el monopolio privado de la televisión mexicana, Televisa (1976).

Desde la llegada de la televisión comercial a nuestro país, en 1950, la Universidad se mostró profundamente interesada en su potencial didáctico. Fue capaz de justipreciar su alcance masivo, y en consecuencia de entender la posibilidad de emplear el nuevo ingenio tecnológico para difundir con amplitud la cultura, la información y la orientación vocacional.

Así, por gestiones del Dr. Luis Garrido, a la Universidad se le reservó uno de los dos canales culturales, desde la repartición original de las cinco frecuencias de televisión. La otra concesión de carácter cultural fue reservada para el

Instituto Politécnico Nacional.⁸

Por carencias financieras, la UNAM tuvo enormes dificultades para satisfacer los requisitos legales para la instalación de su televisora. Cuando finalmente, durante el periodo del rector Ignacio Chávez (1960-66) estuvo en posibilidades de hacer efectiva su reservación, el gobierno federal se la retiró arbitrariamente para beneficiar a un concesionario privado. Fue ese el último intento oficial de la UNAM por disponer de un canal de televisión.⁹

En el campo de la televisión de circuito cerrado, se consideró a la televisión como un recurso ideal para enfrentar algunos problemas educativos, como la sobrepoblación o como un importante auxiliar pedagógico. A partir de 1950, con tecnología mexicana, la Escuela Nacional de Medicina fue dotada con una instalación de circuito cerrado, diseñado e instalado por el Ing. Guillermo González Camarena. Así, el 11 de octubre de 1951, tuvieron lugar las primeras transmisiones, con el equipo adquirido por la UNAM, en el Hospital Juárez. Es importante destacar que estas instalaciones fueron las primeras en transmitir en color de manera regular en nuestro país, el empleo de este auxiliar didáctico comenzó a extenderse a mediados de los años sesenta, y se generalizó en la década siguiente a todas las

⁸ Magdalena Acosta y Federico Dávalos. *Televisión Universitaria II*, pp. 199-200.

⁹ Los canales en disputa fueron el 13 que fue concedido a Corporación Mexicana de Radio y Televisión y el canal 8 que se lo dio a Televisión Independiente de México.

escuelas de mayor matrícula escolar (Medicina, Odontología y Contaduría).

En los primeros meses de 1955 salió al aire el primer programa universitario de televisión: una breve serie de orientación vocacional que se difundía por los tres canales comerciales existentes (2,4,5,). Los programas serán producidos por la Dirección General de Información y por la Unidad de Psicopedagogía de la UNAM. Dicha serie llamada Información Profesional, se realizaba con entrevistas a profesionales distinguidos.

Las instalaciones de la Facultad de Medicina, en Ciudad Universitaria, fueron dotadas en 1960 de un nuevo circuito cerrado de televisión a color. Asimismo, por lo menos otras cuatro escuelas más -Veterinaria, Ingeniería, Odontología y Arquitectura- contaban con recursos presupuestarios para la elaboración de material audiovisual de apoyo a la docencia.

No fue hasta 1960 cuando Radio UNAM creando un departamento de televisión inició un período de producción regular de varias series, básicamente noticiarios y teleteatros.

En marzo de 1960, salió al aire un programa especial de la UNAM, titulado Las Publicaciones Universitarias. Una semana más tarde dio comienzo una serie de televisión de gran formato y producción, que duraría casi todo el año: la serie Teatro Universitario. Esta serie reflejaba el gran interés y apoyo brindado por las autoridades de Difusión Cultural al teatro

profesional universitario, y a las compañías de teatro estudiantil en la Institución.

Teatro Universitario fue, sin duda uno de los esfuerzos más completos e interesantes realizados por la UNAM en esa época, en materia de televisión.

El cine en la cultura, la tercera serie producida por la UNAM, eran programas esencialmente de crítica cinematográfica, basados en charlas y comentarios de los conductores, con breves exhibiciones de películas previamente seleccionadas.

En agosto de 1960, apareció un cuarto programa producido por la UNAM: Actualidades Universitarias. Era básicamente un noticiario cultural acerca de las novedades universitarias, en ocasiones se entrevistaban a diversas personalidades. Esta serie sobrevivió al cambio de administración; pero sus características y contenido variarían notablemente en el curso de 1961.

La serie Problemas de la Juventud, inició sus emisiones en junio de 1960.

El lunes 7 de noviembre de 1960, se transmitió por única vez otro programa de la Universidad: Semblanza de México. Con éste, suman seis las series que llegó a producir el pequeño departamento de televisión de Radio Universidad en 1960, dando un total de dos horas a la semana de programación durante casi todo el año. Desgraciadamente, estos programas son irre recuperables, debido a que se producían "en vivo".

A través de ellos, no sólo se difundió el quehacer universitario, sobre todo en el campo de las artes, sino además, se experimentó con el lenguaje audiovisual y las posibilidades expresivas de la televisión.

En esos momentos la Universidad vivía un intenso movimiento, orientado a vincularse con los problemas de la sociedad mexicana; en toda la nación se desarrollaba una vida artística y cultural propia con resultados bastante fructíferos, que incluso trascendían nuestras fronteras.¹⁰

Las inquietudes por superar los sistemas de enseñanza llevaron a la creación del Centro de Didáctica en junio de 1969, mientras el empleo de la televisión como recurso pedagógico hacía grandes progresos en la Universidad. La Escuela Nacional de Odontología, que ya disponía de un circuito cerrado desde 1964, había desarrollado un Departamento de Recursos Audiovisuales para la enseñanza, bastante bien equipado. Por su parte, la Facultad de Medicina impulsó a principios de 1968, su departamento de enseñanza audiovisual que incluía dos circuitos cerrados de televisión.

En ese mismo año, la UNAM empezó a desarrollar tecnología propia para utilizar la televisión como instrumento de investigación.

El ímpetu productivo se vio afectado por la sucesión

¹⁰ Magdalena Acoata y Federico Dávalos, op. c it., p. 201

rectoral y la imposibilidad de contar con un canal propio. No obstante, hasta 1972 se realizaron varios proyectos que no lograron mayor continuidad. En esta época, el periodo del rector Javier Barrios Sierra (1966-1970) y de Pablo González Casanova (1970-1972) la Universidad dio salida a sus series preferentemente a través de canales ajenos al monopolio de Telesistema Mexicano, los canales 11 del IPN (fundado en 1958-59), 8 y 13 (concesiones privadas independientes creadas en 1968).

El sentido de la televisión universitaria da un giro total a partir de 1976, durante el periodo del rector Guillermo Soberón (1973-1980). El Dr. Soberón recibió a la Universidad sumergida en una profunda crisis. La comunidad universitaria se encontraba altamente politizada y radicalizada, ansiosa de democracia política y justicia social. La educación y la Universidad misma eran severamente cuestionadas por una juventud que irrumpía en números nunca imaginados en las aulas. El rector Soberón utilizó el creciente subsidio federal para incrementar y fortalecer el aparato administrativo de la UNAM y poder enfrentar con éxito los diversos movimientos estudiantiles y laborales.

Es éste el contexto de los convenios pactados con Televisa, el nuevo monopolio que resultó de la fusión de Telesistema y Televisión Independiente de México (TIM, canal 8) en 1973, vocero privilegiado de los intereses de la iniciativa privada ligados al capital transnacional.

Los nexos con la televisión privada brindaron al rector Soberón un valioso aliado en su lucha por la hegemonía en la

UNAM.

En los primeros años del período del Dr. Soberón se creó la Dirección General de Divulgación Universitaria, que dependía de la Secretaría de la Rectoría. En ella se incluía el Departamento de Cine, Radio y Televisión.

La Dirección General de Divulgación Universitaria, quedó a cargo del manejo de la difusión televisiva. Su ubicación señala perfectamente el papel político-burocrático que cumplió en este período y el siguiente: difundir la imagen de los funcionarios, legitimar las actividades y proyectos de las autoridades universitarias y reducir la influencia en la opinión pública del movimiento sindical y estudiantil.

El rector Soberón transformó el proyecto original de extensión de la educación universitaria, a través del Sistema de Universidad Abierta que contemplaba un uso intensivo de la televisión, para convertirse en "una modalidad de apoyo educativo a la enseñanza tradicional más que como un instrumento para atender la demanda de educación".¹¹ De ahí que, como veremos más adelante, ninguno de los proyectos televisivos para canal abierto que surgirían en el período del Dr. Soberón estarían directamente vinculados al Sistema de Universidad Abierta.

Este hecho es muy interesante, ya que en 1973, en el ámbito de la Secretaría de Educación Pública, se le había dado un nuevo

¹¹ Soberón A., Guillermo, Informe del Rector, 1973-80. México, UNAM, 1980, p. 45.

impulso al Sistema de Telesecundaria para ampliar su cobertura y mejorar su forma de producción. Al cabo de siete años de existencia, se habían comprobado los beneficios de este sistema en cuanto al costo anual por estudiante y la eficiencia terminal (grado de aprendizaje alcanzado por los estudiantes de telesecundaria con respecto a la enseñanza secundaria en planteles convencionales).¹² Posiblemente en la UNAM se consideró que con las medidas de desconcentración adoptadas en ella y la creación de nuevas instituciones de educación superior, la demanda de estudios profesionales estaría resuelta. Por otra parte, es obvio que, dada la diversidad de carreras universitarias y la complejidad de los currícula, la implantación de un verdadero sistema de enseñanza universitario por canal abierto, constituía un reto de gran magnitud que la UNAM prefirió no asumir plenamente.

No obstante, la preocupación por encontrar formas más efectivas de apoyo y el desarrollo de la tecnología educativa en el área audiovisual en algunas escuelas universitarias, dio origen el 3 de agosto de 1973, a la constitución formal de la asociación civil DIDACTA, que seis años después se convertía en el CUPRA (Centro Universitario de Producción de Recursos Audiovisuales). En su formación participaron las Facultades de Química y Medicina.

Por otra parte, en 1974 se instaló el laboratorio de Cine

¹² Encinas Rosario. "Evolución del sistema nacional de telesecundaria", en Televisión y enseñanza media en México: el caso de la telesecundaria. (México. Consejo Nacional Técnico de la Educación, CEPE, 1983), pp. 18-20.

Científico de la Facultad de Ciencias de la UNAM, con la finalidad de elaborar materiales de apoyo a la enseñanza, para labores de orientación vocacional y para servir como instrumento de investigación.

Con objetivos de divulgación más amplios y utilización de otros medios de comunicación (T.V., publicaciones, radio, etc.) se creó en 1978 el Programa Experimental de Comunicación de la Ciencia, con apoyo económico de la SEP. Este programa se institucionalizó en 1980 transformándose en el Centro Universitario de Comunicación de la Ciencia.

La multiplicación de las dependencias universitarias con equipo de televisión se dio al margen de cualquier política de adquisición, y generó dispersión de los recursos y la duplicidad de equipos, muchas veces incompatibles entre sí o redundantes. Por eso, para coordinar y normalizar la producción audiovisual y la adquisición de equipos, el 12 de noviembre de 1979 se fundó el Centro Universitario de Producción de Recursos Audiovisuales (CUPRA) que heredó el equipo y el personal de DIDACTA, A.C., la que se disolvió en beneficio de la nueva dependencia universitaria. En 1980, el CUPRA ocupó instalaciones propias.

La incorporación, en 1973, del Departamento de Cine, Radio y Televisión a la Dirección General de Divulgación Universitaria, no significó la producción inmediata de programas para su emisión por los canales de difusión masiva. No fue hasta 1976, como resultado de la firma de un convenio con la Fundación Cultural Televisa, cuando esa dirección inició la producción masiva de

programas de televisión.

De las relaciones entre la UNAM y la televisión es muy importante destacar el año 1975, en el que las autoridades universitarias, perfectamente conscientes del poder de penetración de los medios de comunicación, no dudaron en apoyarse en la televisión para enfrentar exitosamente los conflictos laborales que se les presentaba en la Universidad.

El lunes 12 de enero de 1976, como fruto inmediato de un convenio firmado entre la UNAM y la Fundación Cultural Televisa, A.C., se inició la transmisión de la serie Introducción a la Universidad, cuya finalidad era: llevar en un lenguaje sencillo, a todo público televisivo, conocimientos claros de la Cultura Universal y principios científicos y tecnológicos básicos, poniendo especial atención en aquellos grupos humanos que por el papel que juegan dentro del sistema de producción, y debido a la posición social en que se encuentran, tienen pocas posibilidades de ingresar a los sistemas formales de enseñanza media y superior.¹³

También a partir del mes de junio se empezó a transmitir Orientación Vocacional.

La intensa actividad de Divulgación Universitaria desplegada a partir de 1976, incluyó, además de la serie Introducción a la Universidad, acuerdos con el canal 13, que permitieron a la UNAM tener presencia e imagen también en los medios oficiales.

¹³ "Catálogo de la serie Introducción a la Universidad, 1976, 1980", La Universidad en el Mundo, nueva época No.1, tomo 2.

En el año de 1977, estando como rector Guillermo Soberón, las autoridades universitarias fueron protagonistas de un hecho excepcional: plantearon la posibilidad de sustituir el aula universitaria por las pantallas de televisión como medio para cumplir sus funciones docentes. Así el sábado 25 de junio, el rector Soberón anunció a la prensa la impartición de clases por los diferentes canales de la televisión comercial (2,4,5 y 8) a partir del lunes 27 de junio de 1977. Fue sólo una maniobra política y publicitaria que dio respuesta al paro de actividades realizado por el Sindicato de Trabajadores de la UNAM (STUNAM), fusión del STEUNAM y del SPAUNAM, en demanda de la firma de un contrato colectivo de trabajo, y que paralizó a la Universidad durante 20 días, a partir del lunes 20 de junio.

La Dirección General de Difusión Cultural se incorporó también a la producción televisiva del periodo de la huelga a partir del 30 de junio, por canal 11. Con la serie Revista Cultural, concebida como experimento, se institucionalizó el 18 de julio, superando el conflicto laboral universitario.

La Revista Cultural era un órgano informativo a través del cual, se pretendía crear un juicio crítico de las artes en general y los movimientos culturales más importantes del país. Su objetivo era alcanzar a públicos no sólo universitarios.

Finalmente Revista Cultural desapareció de la programación a finales de febrero de 1978.

El 20 de enero, la programación del Canal 11 iniciaba sus

transmisiones a las 16 horas con una nueva serie. Todo el horario de la mañana, producido por la Dirección General de Difusión Cultural de la UNAM se suspendió. Este momento marca el fin de la amplia y rica trayectoria de Difusión Cultural en la televisión universitaria. A partir de 1979, sería responsable solamente de un programa semanal de una hora, en igualdad de condiciones que otras dependencias universitarias, dentro de la serie Divulgación de Temas y Tópicos Universitarios. El objetivo de esta serie era:

Divulgar al público televidente programas culturales, científicos y tecnológicos en un lenguaje accesible sobre temas de interés general. Coadyuvar como sistema de reforzamiento de la docencia en la educación media y en la educación superior.

Prestar apoyo de orientación vocacional a futuros estudiantes de enseñanza media y superior acorde con las necesidades del país.

Servir como medio de actualización de los profesionistas sobre algunos conocimientos o técnicas nuevas, de acuerdo a los programas elaborados cuidadosamente por las facultades o escuelas que así lo considerarán adecuado; y

Apoyar en la producción y transmisión por televisión a las facultades o escuelas, que hayan desarrollado programas curriculares en coordinación con los secretarios académicos de las mismas.¹⁴

¹⁴ Molina Piñero y Sánchez Vázquez, Descripción de un conflicto. México, UNAM, 1980. pp. 9-10.

La serie Divulgación de Temas y Tópicos Universitarios, siguió transmitiéndose con cambios leves al tomar posesión el Dr. Octavio Rivero Serrano, en enero de 1981.

Otras series televisivas fueron:

Filmoteca de la UNAM. Producida por la dependencia del mismo nombre, que ya anteriormente había programado una serie por Canal 11, realizó en 1978 un programa diario. La serie coordinada por el cineasta Jorge de la Rosa, no sólo consistía en la proyección de películas, sino que también se preparaban mesas redondas alusivas a los ciclos fílmicos. Este cine club televisivo se suspendió a raíz de que autoridades del canal prefirieron la emisión de lotes de películas, fundamentalmente norteamericanas y francesas.

Actualidades Universitarias. El sábado 28 de junio de 1980 por Canal 11, se inició la transmisión del seminario. El noticiero permaneció en pantallas hasta septiembre de 1981.

Nuestros Maestros y Universidad en Marcha. La primera de estas series se inició en julio de 1979, con el objetivo de rendir un justo homenaje a los profesores eméritos o ameritados de nuestra Universidad. El programa básicamente consistía en largas entrevistas a dichos profesores.

Universidad en Marcha se elaboraba en 1980 con material proporcionado por la Dirección General de Planeación y el Centro de Estudios sobre la Universidad (CESU), con el objetivo de

presentar las actividades más importantes realizadas por la administración central de la UNAM, (1973 a 1980).

La ausencia de una política clara de comunicación, se reflejó también durante el período del rector Soberón, en la proliferación de centros de producción de televisión, al margen de cualquier política directiva en la adquisición o mantenimiento de equipo. La multiplicidad de estos centros expresa la necesidad de un organismo rector de la televisión universitaria que dé cuenta de la dispersión e incompatibilidad del equipo, jerarquice las necesidades y satisfaga o complemente la demanda de servicios de televisión de las diversas dependencias universitarias.

Al doctor Octavio Rivero Serrano le correspondió enfrentar los primeros embates de una gran crisis financiera, derivada de la crisis general en que se sumergió el país a partir de 1982. En medio de la crisis, el rector Rivero Serrano desarrolló una tesis bastante contradictoria sobre el sentido de la Universidad. La concibió como una comunidad del saber, capaz de estudiar e investigar objetivamente, es decir, una especie de torre de marfil consciente de los problemas de la nación, y capacitada para conocerlos científicamente y desinteresadamente, pero sin comprometerse ni tomar partido. En la realidad, no es posible la respuesta a los problemas sociales del país, sin el compromiso, incluso político con ellos. Es precisamente esta ausencia de compromiso con la realidad, este temor a cuestionar a fondo los problemas nacionales y universitarios, lo que orilló a las autoridades de la UNAM a entender la problemática institucional

como resultado primordial de la falta de planeación; entendiendo el plan como recurso insobornable e inapelable, es decir, sacralizándolo, fetichizándolo.

Al iniciar su gestión al frente de la Universidad, el Rector Rivero Serrano nombró al Dr. Jorge Hernández y Hernández secretario de la Rectoría y ratificó en la Dirección General de Divulgación Universitaria al licenciado Luis J. Molina Piñero. Estos nombramientos significaron que la televisión universitaria continuaría la política de colaboración con el monopolio Televisa. Los nexos entre ambas instituciones alcanzaron tal profundidad, que el Dr. Valentín Molina Piñero, ex-secretario de la Rectoría y otros ex-secretarios, se integraron a la empresa Televisa ocupando puestos ejecutivos, y como veremos, la UNAM avaló la conversión, en 1983, del Canal 8 en Canal "cultural" por parte del consorcio. Este momento marca un parteaguas, no sólo en la política de la televisión universitaria, sino en la historia de la televisión mexicana.

Ya en noviembre de 1980 la Secretaría de Rectoría había organizado el Primer Seminario Internacional de Televisión Universitaria.

Por otra parte, el CUPRA, dependiente del subsistema de la Secretaría General Académica, llevaba adelante un proyecto serio y sistemático de producción de materiales audiovisuales, para apoyo a la docencia en circuito cerrado, elaborados por un grupo interdisciplinario de especialistas en comunicación educativa.

El empleo de circuitos cerrados en algunas facultades universitarias alcanzó pleno desarrollo. (Contaduría y Administración, Medicina Veterinaria y Zootecnia y la Facultad de Medicina).

A partir del 27 de febrero se inició la transmisión del programa Desde la Universidad, con el fin de mostrar el quehacer cotidiano de los universitarios.

En 1982 se desarrolló un proyecto de actualización profesional a través de la televisión, resultado de una coproducción con TRM, Facultades de Medicina del país y la SSA. A diferencia de las producciones de Divulgación Universitaria, este proyecto contemplaba y ubicaba de manera más adecuada y planeada, el uso de la televisión con fines educativos.

El 16 de mayo se dio a conocer, a través de la Gaceta UNAM, un Acuerdo de modificación de estructuras de la Secretaría de la Rectoría conforme al cual se creó la Dirección General de Comunicación Universitaria, con la incorporación de las antiguas direcciones generales de Información y Divulgación Universitaria, así como el Centro Universitario de Producción de Recursos Audiovisuales.

La incorporación del CUPRA a la Secretaría de la Rectoría, aumentó el control del rector y sus colaboradores directos sobre la producción de televisión. A partir de ese momento, CUPRA asumió la responsabilidad de producir tres nuevos programas, dentro del convenio UNAM-Televisa: Festival, Los Universitarios

en la Cultura y Tiempo de Filmoteca.

Ante la avalancha de críticas y propuestas radicales surgidas en la consulta sobre el Proyecto 60 (del que hablaremos más adelante) y ante la imposibilidad de disimular las deficiencias de la producción se improvisaron varios programas realizados en vivo, cuya novedad era la existencia de un teléfono en el estudio para que el público pudiera hacer consultas y comentarios a los participantes. El antecedente de esta modalidad fue el programa semanal La hora fiscal, de la Facultad de Contaduría y Administración, iniciando su transmisión en enero de 1984. Contrariamente a lo habitual en la producción de los programas de la serie Divulgación de Temas y Tópicos Universitarios, La hora fiscal, resultó de una investigación previa acerca de las necesidades del auditorio.

La nueva programación constituyó la barra titulada Universidad y entorno social, en donde participaron la Facultad de Medicina, con el programa Educación para la salud; Facultad de Psicología, con el programa Guía psicológica y la Facultad de Derecho presentaba Derecho familiar. La Dirección de Orientación Vocacional presentó Orientación vocacional y profesional. La hora fiscal, de la Facultad de Contaduría y Administración.

En el mes de agosto, la Facultad de Psicología presentó una serie llamada Psicología de la Mujer Mexicana, en colaboración con el CISE siguiendo el formato de La hora fiscal.

El primero de octubre de 1984 la Gaceta UNAM dio a conocer la implantación del Proyecto 60, Programa Universitario de

televisión.

Los lazos entre las autoridades de la UNAM y Televisa, despertó en la comunidad política y cultural de la nación, una profunda indignación y la apertura de un período de críticas sistemáticas y profundas al sentido que se daba a la televisión universitaria y a sus nexos con la empresa televisora, que abrieron un fuerte debate al interior de la burocracia universitaria, que se aprecia en los cambios de funcionarios. El debate se canalizó, en 1984, a través del Proyecto 60, Programa Universitario de Televisión, de la Reforma Universitaria impulsada por el rector Rivero Serrano. El tono de las ponencias y la amplia participación en foros de consulta abiertos a toda la comunidad universitaria, revelan la fuerte inconformidad prevaleciente sobre la política universitaria de televisión y de sus lazos con Televisa. No obstante, las autoridades universitarias decidieron implantar un Programa Universitario de Televisión centralizado y vertical, omitiendo la posibilidad de alterar el modus operandi de la UNAM con Televisa.

El Plan Rector de Desarrollo Institucional, fue el documento con el cual el rector y su equipo pensaban coronar su reelección. Fue considerado por la Junta de Gobierno de la UNAM, como el proyecto de trabajo que proponía Octavio Rivero Serrano para su eventual segundo período frente a la UNAM.

Con el Plan rector de desarrollo institucional concluye de hecho la gestión del Dr. Rivero Serrano. Es el último ejemplo de una era llena de planes, proyectos y discursos divorciados de la

realidad. Mientras los diversos grupos de interés y sectores universitarios pugnaban por diseñar desde las perspectivas diferentes un modelo de televisión universitaria, el tiempo transcurría y las transmisiones que la Universidad hacía dentro del marco de los convenios con Televisa, continuaban adelante, impermeables a la razón o a la crítica.

Con el nuevo año, 1985, se inaugura la administración del Dr. Jorge Carpizo. Nuevamente, se hace tablarasa del pasado inmediato y se considera el papel de la televisión universitaria. Apenas iniciada la rectoría de Carpizo abre nuevas incógnitas sobre el futuro de la televisión de la UNAM.

Dentro de su programa académico presentó los siguientes objetivos a seguir:

- a) Lograr la autosuficiencia universitaria de investigación, capacitación y producción en los medios televisivos, como apoyo a las funciones de la UNAM;
- b) Fortalecer el desarrollo de la estructura nacional;
- c) Equilibrar la presencia de la Universidad en la televisión pública y en la privada;
- d) Incrementar la capacidad productiva de la UNAM, que actualmente es casi nula, (hablando de esos años);
- e) Mejorar la calidad de los programas y,

- f) Que la televisión sea un medio para dar a conocer lo que la Universidad realiza en docencia, investigación y extensión de la cultura, y como un medio que fortalezca el sentido de comunidad universitaria.

En ese año de 1985, se habían creado tres nuevas series en los canales de IMEVISION: Goya Universidad, Presencia Universitaria y Prisma Universitario.

Esta última serie realizada por el CUPRA. Prisma Universitario, una difusión destinada a la divulgación de la cultura, sustentada en investigación, con un trabajo creativo y cuidadoso en la realización y el montaje, que le valió varios premios internacionales y nacionales importantes. Este esfuerzo lúcido y profundamente universitario fue, sin embargo, repetidamente castigado por la burocracia que maneja la televisión universitaria desde 1985.

En su toma de posesión del rector Jorge Carpizo dispone que la Dirección General de Divulgación Universitaria y el Centro Universitario de Producción de Recursos Audiovisuales se fusionen en la Dirección General de Televisión Universitaria.

En 1986 es publicada una convocatoria para el diseño del símbolo y logograma de la Dirección General de Televisión Universitaria. El diseño del símbolo debería tomar en cuenta los fines de la comunicación de la televisión universitaria.

El diseño ganador fue un caracol marino estilizado, tomado

del Códice Vindo Bonense de la cultura mixteca. Realizado por el estudiante de la carrera de Diseño Gráfico de la ENAP, Sergio Eduardo Lara Perea, (actualmente sigue siendo el símbolo y logograma de T.V. UNAM).

En mayo de 1988 el Dr. Jorge Carpizo inaugura las nuevas instalaciones de Televisión Universitaria. En ese mismo año se estrena el primero de sus estudios, con la transmisión a todo el país de la serie Allis Vivere. Primera transmisión vía satélite con el propósito de utilizar el Sistema de Satélites Morelos para la red Académica de Cómputo. Esta serie es producida por Televisión Universitaria, la Dirección General de Intercambio Académico y la Facultad de Medicina, y es recibida por ocho Universidades del país y en circuito cerrado por la Facultad de Medicina de la UNAM.

Las transmisiones se iniciaron desde el Palacio de Medicina con equipo que era facilitado por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

El 2 de enero de 1989, el Dr. José Sarukhán Kermes toma posesión como nuevo rector de la UNAM, para el período 1989-1992. En este acto, el nuevo rector dispuso que Radio UNAM y T.V. UNAM pasarán a depender de la Coordinación de Difusión Cultural.

El 15 de marzo de ese año, es nombrada como Directora de la Dirección General de Televisión Universitaria la Mtra. Rosa Martha Fernández Vargas, quien funge como tal actualmente. La nueva directora tiene una formación totalmente universitaria y

esto lo hace relevante, ya que en mucho tiempo no se había tenido a un universitario enfrente de esta dirección. Este punto hace que surjan nuevas expectativas entorno a la televisión universitaria.

CAPITULO III

**3. PROGRAMACION DE LA DIRECCION GENERAL DE TELEVISION
UNIVERSITARIA (1989)**

El especificar el año es porque según juntas realizadas en esta Dirección, se piensa modificar toda la programación y sus objetivos.

La programación de Televisión Universitaria está diseñada para dar un carácter vivo, actual a la cotidianidad académica, científica, cultural y artística de la máxima casa de estudios del país; programación modesta, pero inscrita en la tradición universitaria de México: difusión de la cultura, vasto sentido e información objetiva.

SERIE: Prisma Universitario.

OBJETIVO: Programa que tiene como objeto divulgar las diferentes facetas del arte, la ciencia y la tecnología, partiendo de las actividades que en estas áreas se realizan cotidianamente, desde la perspectiva universitaria.

SERIE: Presencia Universitaria (Noticiario).

OBJETIVO: Dará a conocer a través de notas cortas con información detallada las actividades que se dan al interior de la Institución en sus aspectos sustantivos de docencia, investigación y extensión de la cultura.

SERIE: Desde la Universidad.

OBJETIVO: Programa que tiene como objetivo difundir diferentes tópicos de investigación y docencia universitaria de interés para la opinión pública, con el propósito de dar a conocer las acciones que al respecto se vienen ejecutando en la Universidad.

SERIE: Escuelas y facultades.

OBJETIVO: Programa en vivo orientado a dar servicio al público con teléfono abierto, atendiendo las dudas que aquejan al televidente. Estos cuestionamientos son resueltos por especialistas en las áreas fiscales, de la salud y de la construcción. (Esta serie se lleva a cabo en un estudio de IMEVISION).

SERIE: Premios Universidad Nacional.

OBJETIVO: Programa que permite dar a conocer a la comunidad universitaria y al pueblo de México la síntesis de la obra biográfica de los académicos universitarios que han sido galardonados con el premio Universidad Nacional alcanzando la excelencia académica, mediante aportaciones fundamentales al conocimiento humano.

SERIE: Lo mejor de Presencia Universitaria.

OBJETIVO: Destacados especialistas universitarios exponen sus puntos de vista sobre temas actuales de gran interés para la opinión pública.

SERIE: Seminarios Universitarios Nacionales.
"Allis Vivere"

OBJETIVO: Vincular las actividades de la Institución con las diferentes universidades del país, transmitiendo programas dirigidos a los especialistas de las diferentes áreas del conocimiento.

SERIE: Deportemas UNAM.

OBJETIVO: Programa cuyo objetivo es fomentar la práctica del deporte como parte integral del profesional mediante notas informativas, reportajes y semblanzas de destacados deportistas universitarios.

SERIE: Tiempo de Filmoteca.

OBJETIVO: Breve análisis de las grandes realizaciones cinematográficas de todos los tiempos, a través de la televisión.

C A P I T U L O I V

ELEMENTOS QUE DEBEN TOMARSE EN CUENTA PARA REALIZAR UN PROGRAMA EDUCATIVO

4.1 CULTURA Y EDUCACION

La cultura es el mundo propio del hombre y la educación es parte integrante de la cultura.

La interacción de todos los seres humanos se encuentra determinada por una serie de normas culturales que prevalecen en los diversos contextos donde ellos se mueven. Por lo que la cultura no puede considerarse como "algo acabado" ni como un producto que pueda "poseerse", sino como algo que se vive y que es interpretado por cada individuo para construir su propia percepción del entorno. La capacidad para analizar críticamente los mensajes de nuestro entorno, no depende exclusivamente del dominio de una serie de técnicas más o menos sistematizadas, sino del conocimiento de códigos culturales que sustentan a estos mensajes y de la reinterpretación y aplicación que cada persona haga de ellos.

La historia de la cultura es la historia de los ideales educativos y de los valores espirituales que realiza y persigue la sociedad humana, en las fases de su desarrollo. En este sentido la cultura se identifica con la educación.

Mucho se ha escrito sobre la cultura por lo que existen diversas definiciones acerca de este concepto.

Las que retomé fueron las siguientes: "...El enfoque desde la antropología vinculada con la psicología, que considera la cultura como fenómeno histórico-social, que define la estructura de vida colectiva de los diversos grupos humanos. En este sentido, a la cultura pertenecen elementos como la lengua, las ciencias, las instituciones, las tradiciones, que vienen a ser valores y símbolos que se transmiten y se asimilan. Marcuse entiende por cultura "un proceso de humanización que se caracteriza por el esfuerzo colectivo, para proteger la vida humana, mitigar la lucha por la existencia, encuadrándola dentro de unos límites soportables, estabilizar una organización productiva de la sociedad, desarrollar las facultades intelectuales del hombre y reducir o purificar las agresiones, la violencia y la miseria".¹⁵

Lo que está presente siempre es un ideal de cultura, es un sistema coherente y suficientemente constante de fines, ideales y metas que constituyen un patrimonio común de valores, de los cuales participa un grupo social.

Por lo que se refiere a la educación, podemos afirmar que su tarea fundamental es ayudar al hombre a aprender cómo vivir de acuerdo con las normas de una cultura determinada. La educación está determinada por normas que derivan su propio sentido de los valores inherentes a la vida de los pueblos organizados en culturas. "La educación ha sido directamente creada a partir del

¹⁵ José Moreno de Alba. Discurso pronunciado en el Coloquio sobre Cultura Nacional llevada a cabo en la Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, 1984. 5 pp.

material cultural que le proporciona no sólo sus propias herramientas y materiales, sino también su razón de ser".¹⁶

El conocimiento de los diversos aspectos de la cultura nos permitirá entender, asimilar e incluso modificar el mundo en que vivimos. La educación, como factor cultural, es el medio por el que la sociedad y los individuos que la integran adquieren consciencia de sí mismos, así como de las transformaciones que en ellos se operan; es el vehículo para descubrir cuáles son los cambios deseables y la manera más adecuada de realizarlos.

La tarea de la educación consistirá en reunir los fragmentos dispersos de la cultura, a fin de transmitirlos a las nuevas generaciones, asegurando en esta forma la permanencia o incremento de la cultura a través del tiempo.

La educación, según Lorenzo Luzuriaga, "...es el proceso mediante el cual la sociedad transmite su cultura de una generación a otra y prepara a través de las generaciones jóvenes las condiciones de su propia existencia".¹⁷

Si interpretamos la definición anterior, podemos inferir que la educación es un proceso que comprende tanto la transmisión y asimilación de la cultura por el hombre, como la participación de

¹⁶ Theodore Brameld. Bases Culturales de la Educación. -Una exploración interdisciplinaria- Tr. Celia Paschero. Buenos Aires, EUDEBA, 1961. 384 pp. (p. 24).

¹⁷ Tirado Benedí. Sociología de la Educación. 5a. ed. México, FERNANDEZ EDITORES, 1969. 174 pp. (Col. Ensayos Pedagógicos). p. 38.

éste en la cultura, con obras que constituyen aportaciones culturales y contribuyen a enriquecer el mundo de la cultura.

Cuando hablamos de proceso educativo nos referimos a la serie de actividades que han de realizarse para transmitir, recrear y crear la cultura.

4.2 EDUCACION FORMAL, NO FORMAL E INFORMAL

Para algunos, el término televisión educativa se limita al uso del medio para la educación formal en las aulas. Pero esta acepción del término es incorrecta. Como veremos hay distintas clases de televisión que pueden ponerse al servicio de la educación en formas que nada tienen que ver con el aprendizaje formal, ya sea en las escuelas o en los hogares.

La educación juega un papel fundamental en la conformación de la cultura nacional; es un proceso continuo que rebasa las paredes de la institución escolar, que resulta de la experiencia adquirida por los sujetos en la gama de relaciones que establecen dentro de los diversos ámbitos de la vida social. Por su intencionalidad y sus características, podemos considerar a la educación en diferentes modalidades: formal, no formal e informal.

Educación formal.

La educación formal corresponde al sistema educativo estructurado, que se rige de acuerdo a determinados planes y

programas de estudio; es sistemática y progresiva y abarca desde la educación preescolar hasta la Universidad. La educación formal implica por lo general, la reacción directa maestro-alumno. Entre sus objetivos principales está el transmitir a los educandos las herramientas necesarias para adoptarse a la vida social y laboral, según las posiciones que tengan en la gama de relaciones sociales en las cuales están insertos. La UNAM en los años 70 creó el Sistema de Universidad Abierta que aprovechaba el uso de la televisión para cubrir los programas de estudio. Aunque, la televisión universitaria no elaboraba programas curriculares para cubrir, a través de este medio, planes de estudio de carreras universitarias.

En la década de los 80 se crearon los programas titulados (esto por parte del Gobierno) Primaria intensiva para adultos, Secundaria intensiva para adultos, Nuestras tareas, Temas de primaria y Apoyo a la primaria por televisión.

El uso de la televisión en la educación formal, también se ha realizado a través de sistemas de circuito cerrado que se utilizan en el aula; estos sistemas se usan como auxiliares didácticos más que para sustituir al maestro en la exposición de la cátedra. Esta modalidad no es nueva, la Facultad de Medicina de la UNAM cuenta con este sistema desde hace varias décadas.

Los programas televisivos que persiguen objetivos claramente educativos como los mencionados anteriormente "tienen una meta de enseñanza intencional y se espera que produzcan algún aprendizaje consciente. Los objetivos son explícitos y contruidos sobre la

proposición de enseñar algo específico, constituyen una invitación al aprendizaje consciente. En contraposición, un programa de televisión no educativa carece de metas explícitas de enseñanza, aunque están presentes otro tipo de metas, por ejemplo, las de entretener".¹⁸

Educación no formal.

La educación no formal es aquella que pretende generar un cambio en las condiciones socioeconómicas de los educandos, por medio de programas realizados con un propósito específico. A través de ellos, se busca la adquisición de destrezas y de habilidades prácticas que permitan elevar el nivel de vida de los destinatarios del proceso.

La educación no formal surge en la búsqueda de creación de formas alternativas de educación, distintas a las escolarizadas. Este tipo de educación está destinada, primordialmente, a los grupos y sectores sociales marginados. En programas televisivos de educación no formal también se espera producir un aprendizaje consciente, pero sus objetivos no necesariamente responden a un plan formalizado ni estandarizado, ya que buscan responder a problemas específicos de la comunidad. Aunque debemos advertir que las políticas que rigen el uso de los medios de comunicación para promover programas de educación no formal muestran dos vertientes principales:

- a) La que responde a las políticas de desarrollo que se generan en los grupos de poder económico, político o religioso para

¹⁸ Guillermo Orozco. Research on Cognitive Effects Of Non-Educational. T.V.: An Epistemological Discussion, p. 3.

promover cambios de conductas y de valores, así como para transmitir habilidades, a fin de que los destinatarios se adapten al proceso de desarrollo que desean promover.

- b) Estos programas buscan dar respuesta a las necesidades e intereses de los propios destinatarios del proceso en el cual, muchas veces, ellos mismos pueden llegar a convertirse en emisores.

La educación informal.

La educación informal es un proceso permanente que toda persona vive en sus relaciones sociales, así como en sus prácticas cotidianas. En estas experiencias se incorporan una serie de conocimientos, valores y habilidades, aunque el sujeto no esté consciente de ello.

Los medios de comunicación, en especial la televisión, conforman una parte importante de este saber cotidiano. La programación, en su conjunto, independientemente de su intencionalidad -educar, entretener o informar-, muestran modelos de sociedad, de hombre, de mujer, de vida cotidiana y de relaciones sociales que contienen una determinada valoración ética y social.

La televisión, aunada a otras instituciones socializadoras, crea y difunde significados, de tal manera que en el hombre se introyectan determinadas formas de ver el mundo y, por ende, determinadas formas de comportamiento social. Por esto el

aprendizaje que se realiza por medio de la televisión "puede tener lugar sin que el sujeto se dé cuenta y sin la participación en una actividad de enseñanza. El aprendizaje no requiere de intencionalidad. El aprendizaje puede ocurrir sin el objetivo de aprender; aprender no se restringe al uso de elementos conscientes. Gran cantidad de lo que los educandos aprenden es a través de las emociones".¹⁹

De esta manera, la televisión, en forma sutil e invisible, influye -a través de sus contenidos programáticos- en la forma como el hombre construye y percibe la realidad que lo circunda y le proporciona elementos para interactuar socialmente, lo que significa que la televisión educa al individuo e influye en su conformación cultural. EL problema del caso es que, por las mismas características del modelo televisivo del país, se transmiten valores, modelos y estereotipos de hombre y de sociedad, que se oponen a aquellos que buscan difundir el aparato educativo formal.

Tanto la educación formal, como la no formal y la informal, pueden tener una recepción activa o pasiva por parte del educando. Es común, dentro de los grupos de niños y jóvenes, encontrar elementos que aceptan pasiva y acríticamente cualquier tipo de información a la que están expuestos, sea proveniente de la televisión o de los textos escolares. La experiencia demuestra que no hay un solo método de enseñanza o de técnicas para la televisión, que sea definitivamente mejor que otros.

¹⁹ Loc. cit.

Al contrario, sólo se han recibido críticas de la forma en que se efectúa la enseñanza por televisión. Entre estas críticas tenemos que la televisión educativa ha seguido muy de cerca los procedimientos y técnicas de los productores de televisión comercial. Esto ha hecho que la función del receptor sea sólo la de recibir y reproducir la información recibida. Esa pasividad puede disminuirse aprovechando, el potencial de la televisión para estimular el pensamiento crítico y la capacidad de resolver problemas del espectador, y estableciendo desde el principio ese objetivo. En vista de estos comentarios que se oyen tan frecuentemente, ¿cuáles son los factores más importantes en la planeación para su presentación en video?

Que sus programas vayan encaminados a causar una impresión intelectual perdurable en el ánimo de su audiencia, desarrollando los temas para lograr esa retención de una forma sistemática y ordenada, en relación siempre con metas educativas que se propongan alcanzar. En la televisión educativa como en todo proceso educativo, los contenidos se estructuran en clara relación con los objetivos. No se pretende que las actividades y contenidos estén ordenados sólo conforme a metas, sino que los que participan en la experiencia educativa comprendan hacia dónde se orienta y cuál es el sentido de ese proceso.²⁰

Para lograr ésto, representa un esfuerzo conjunto que implica la actividad cohesionada de un buen número de personas, en su mayoría especialistas en la producción y realización de

²⁰ Alicia Molina, La programación televisiva de Telesecundaria y las guías de estudio, en: Televisión y enseñanza..., p. 61.

todo programa de televisión educativa o convencional.

Este conjunto de personas constituyen el equipo de realización, al frente del cual se encuentra una persona sobre la que recaerá la responsabilidad total, y de la que habrán de emanar todas las decisiones que se tomen durante la preparación y realización de determinado programa.

La constitución de los equipos de realización depende en cierta medida del propósito que persiguen los programas de televisión que se quiera producir. Ya que la televisión educativa suele estar en manos de pequeñas organizaciones, generalmente no muy sobrada de recursos. Además, para estas últimas, lo esencial es establecer una buena comunicación entre emisora y audiencia con objeto de transmitir una serie de conocimientos con la mayor eficacia posible, y eso se puede lograr con medios relativamente modestos, sin necesidad de recurrir a los costosos procedimientos de la televisión de gran espectáculo.

Investigador
Guionista
Realizador
Asistente de realización
Productor
Asistente de producción

En razón de las funciones que les competen, cada uno deberá poseer condiciones determinadas, que no serán las mismas para todos ellos.

Dentro del personal que también debe contar el realizador es un equipo técnico que comprenderá camarógrafo, su asistente, floor manager (en algunas ocasiones), operador de sonido, musicalizador, iluminador, el operador de video, el que controle el video, u operador de telecine, etc.

Pero sería importante revisar algunas de éstas separadamente.

Realizador:

Es la persona cuya responsabilidad le obliga a vigilar y a responder por la calidad artística de un programa. Podría decirse también que se encarga del montaje escénico de un libreto, (montaje: organización de varias imágenes en una serie lógica a fin de crear un cierto orden para la percepción). Su principal condición será la de poseer un conocimiento suficiente del medio en que ha de operar. Así, deberá estar familiarizado con todo el material técnico de una emisión y conocer las cámaras y sus posibilidades, los objetivos y su utilización, el equipo de iluminación, la técnica de los efectos especiales, los filtros de audio, etc.

El buen realizador deberá saber inspirar confianza a sus colaboradores. Las cualidades primordiales de un realizador de televisión, además del sentido artístico que se da por supuesto, serán la serenidad y la autoridad, debiendo poseer el propio tiempo unos nervios de acero y una gran rapidez en reacciones y reflejos mentales. Habrá también de estar dispuesto a aceptar

que la televisión es la técnica del compromiso, pues muchas veces, en especial en los programas educativos, sus mejores ideas se verán limitadas por consideraciones prácticas y económicas.

Asistente de realización.

El ayudante de realización deberá poseer condiciones iguales o similares a las del realizador, puesto que, en un momento determinado, estará obligado a sustituir a éste en una emisión (por enfermedad o ausencia) o en algunas de las tareas propias del realizador durante la preparación del programa, y que éste no sea capaz de asumir por encontrarse realizando otro.

Guionista y Guión Educativo.

El guión constituye la base de todo programa de televisión, la pauta que éste deberá seguir en su desarrollo. Y si en los demás medios de expresión artística el guión es importante puesto que su eficacia será tanto mayor cuanto más profundamente se sienta el espectador sumergido en el ambiente que el director desee crear, en el caso de la televisión es imprescindible para alcanzar el fin anteriormente expuesto, debido a la especial idiosincrasia de su público.

El guionista, que deberá escribir para los ojos y los oídos de su audiencia, dispondrá de aptitudes creativas, así como de experiencia en las especiales técnicas del medio. Habrá, por tanto, de ser artista y artesano al mismo tiempo.

En los programas educativos habrá también que prestar gran atención a una serie de circunstancias especiales para la eficacia de los mismos. Así, desde la fase de concepción del programa habrá que preocuparse de los objetivos por alcanzar, del tema a desarrollar, de la división y articulación de los diversos programas, si se trata de una serie, de la escenificación, etc. Y todo ello sin perder de vista el mensaje educativo que haya que difundir por televisión, con las ventajas y las eventuales limitaciones que implica este medio. En la preparación de los programas de la televisión educativa habrá que cuidar por igual sus tres etapas:

- Elección del tema que deberá tomar en cuenta el carácter social, la edad y las demás características del grupo al que vaya a dirigirse. Habrá asimismo, que escoger temas que se presten a un buen desarrollo visual, dentro de las posibilidades de la televisión.
- Redacción del texto, que deberá resultar de fácil comprensión para la audiencia a la que vaya destinado, por lo que sus imágenes tendrán que ser muy precisas. No habrá de ser dogmático, ni proponer conclusiones definitivas, sino exhortar a la autoreflexión y establecer pretexto para su discusión.
- Transmisión del mensaje, que habrá de estar claramente definido, bien adaptado al nivel de los espectadores y ser fiel reflejo de los problemas del grupo al que éstos pertenezcan. Habrá asimismo, de sugerir y proponer alternativas concretas.

Los elementos fundamentales para una eficaz elaboración pedagógica de las emisiones son:

- Claridad y simplicidad; y

- Capacidad de síntesis, que permita presentar las enseñanzas en forma rápida, pues no se podrá contar con una prolongada atención de la audiencia.

Estos puntos pueden ser tarea de un equipo complemento de realización y producción del programa. Es decir, que la creación, preparación y emisión de un programa se va crecientemente convirtiendo en una operación combinada, en la que participan los esfuerzos coordinados de pedagogos, guionistas, presentadores y realizadores de televisión. De aquí que la tarea del guionista sea la de presentar un esbozo del guión para que los especialistas dictaminen sobre sus valores pedagógicos y los especialistas de la televisión (al que obviamente pertenece el guionista) se pronuncien sobre las posibilidades de su eficaz traducción en imágenes. Una vez conocidas estas opiniones, que permitirán llegar a un compromiso razonable, desde cualquier punto de vista, se podrá ya proceder a la redacción definitiva del guión.²¹

²¹ No hay una regla particular para elaborar guiones. Sin embargo, podemos seguir ciertos lineamientos generales. La elaboración de un guión se compone de las siguientes etapas: Idea, sinopsis, investigación del tema y perceptor, tratamiento, guión literario (no incluye especificaciones técnicas, de imagen o sonido), Storyboard (es un guión gráfico que consiste en una serie de dibujos con sus descripciones de imagen y sonido, cuyo arreglo constituye el orden del discurso audiovisual), guión técnico (esta es la última etapa, se incluyen ya todas las especificaciones técnicas tanto de imagen como de sonido necesarias para realizar la producción audiovisual), especificación de requerimientos técnicos, materiales y humanos. Si en el desarrollo del guión se siguen las etapas mencionadas anteriormente

Un punto importante que se debe tomar en cuenta es la motivación, que constituye una de las circunstancias más necesarias para todo tipo de aprendizaje. En la televisión educativa, concretamente, resulta casi imprescindible disponer de los elementos de motivación suficientes que se pueda aprender con facilidad a través de este medio. Ya que el ser humano asimila mayor número de conocimientos en condiciones motivadas.

4.3 EL PEDAGOGO DENTRO DEL EQUIPO DE PRODUCCION DE PROGRAMAS EDUCATIVOS

La constitución de los equipos de realización depende en cierta medida del propósito que persigan los programas de televisión que se quieran producir.

Es bien sabido que los programas educativos, hasta el momento, marchan frecuentemente separados de la Pedagogía aunque se les llame educativos, por ello es necesario juntar caminos, creando una metodología para que la producción televisiva parta de la concepción misma de la educación hasta llegar a su punto final de evaluación y retroalimentación. La escasez de personal especializado en producción de programas educativos es una limitante para alcanzar el éxito educativo de éstos.

Cabe mencionar que en el campo de la educación por televisión existen los elementos esenciales de esta mezcla (comunicación y educación) y que es posible, mediante el uso creativo e inteligente de ellos, alcanzar altos fines, deliberada

su concepción resultará más ordenada y, también con fundamentos más sólidos. Además, la realización de la producción audiovisual será más organizada.

y conscientemente.

El campo de trabajo del pedagogo dentro de la comunicación es amplio, y esto no sólo con respecto a la utilización de los medios de comunicación con fines escolares, aspecto en el que tales medios son un recurso didáctico, sino también se considera importante que el pedagogo desarrolle su acción social dentro del campo de la comunicación social.

El pedagogo puede hacer valiosas aportaciones para lograr una utilización más positiva de los medios de comunicación masiva. Sin duda es una labor ardua, que no puede de ningún modo plantearse a corto plazo, y que requiere de gran constancia, dedicación y trabajo interdisciplinario de los profesionales relacionados con el medio.

La participación del pedagogo en los medios de comunicación masiva podría contribuir a la sencillez, la eficacia y el sentido de realidad que requiere nuestra educación, en fin, se podría obtener un mensaje educativo apropiado dentro de la técnica específica que requiere la televisión.

4.4 PERCEPCION, COMUNICACION Y APRENDIZAJE

Un aspecto fundamental para la investigación, planificación y producción científica de los medios, es la necesidad de tomar en cuenta el cómo se comunican entre sí las gentes y cómo se realiza el aprendizaje. Expondré algunas nociones básicas sobre percepción, comunicación y teoría del aprendizaje. Aunque es muy

breve puede ser útil para situar los medios de comunicación dentro de la educación.

Percepción.

La percepción es el proceso mediante el cual un individuo adquiere conciencia del mundo que le rodea. Los ojos, los oídos, las terminaciones nerviosas de la piel son el primer medio de contacto con el medio ambiente. Estos y otros órganos de los sentidos son los instrumentos de la percepción que recogen la información para el sistema nervioso, éste la convierte en impulsos eléctricos que transmite al cerebro donde producen cadenas de reacciones eléctricas y químicas. El resultado es la conciencia interna de un objeto o de un suceso.

La percepción precede a la comunicación y ésta deberá conducir al aprendizaje.

Hay dos principios de la percepción:

- 1.- El fenómeno de la percepción está constituido por muchos, mensajes sensoriales que no se dan separadamente sino estructurados en patrones complejos. Estos llegan a formar la base del conocimiento que la persona adquiere sobre el mundo que le rodea.
- 2.- Un individuo reacciona solamente a una pequeña parte de los estímulos del medio en un momento dado. Elige aquella parte del universo que quiere experimentar, o que atrae su atención en ese momento (por esto, se deben diseñar materiales que atraigan y conserven la atención). La

percepción es una experiencia personal y única. No es exactamente igual para dos personas. Un hecho puede percibirse en forma de experiencias pasadas, de motivación presente y de vivencias actuales.

- Sin percepción no puede haber comportamiento intencionado.
- El comportamiento es la resultante de las experiencias pasadas y el punto de partida para futuras percepciones.
- El sujeto de la percepción y su mundo percibido no pueden existir independientemente.
- El sentido que el sujeto de la percepción da a las cosas depende de las experiencias acumuladas anteriormente.
- La percepción es una experiencia personal e intransferible.
- Aquellas cosas, más frecuentes, más ligadas o más cercanas a las experiencias personales, son más fácilmente percibidas que otras inesperadas y extrañas.
- Dos personas no pueden atribuir exactamente el mismo significado a las cosas observadas; pero las experiencias comunes tienden a producir una significación participada la cual hace posible la comunicación.

De lo anterior se puede concluir que mientras que cada percepción es única e individual; las series de percepciones realizadas en común por diferentes personas pueden relacionarse

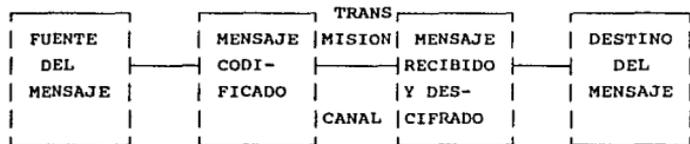
hasta llegar casi a identificarse.

Si usted camina alrededor de una escultura, los ángulos de visión cambiarán a medida que usted cambie de posición, si después otra persona camina en rededor de la misma escultura y la mira desde los mismos ángulos obtendrá sin duda diferentes percepciones individuales; pero la serie en su totalidad será para ella, más o menos la misma que para usted. Por lo tanto, una serie de percepciones individuales nos capacita para ponernos de acuerdo con los demás sobre lo experimentado, no obstante, que las experiencias individuales sean ligeramente diferentes.

Lo audiovisual descansa sobre el principio de que se aprende fundamentalmente de lo que se percibe, y que series de experiencias auditivas y visuales cuidadosamente diseñadas, pueden ser experiencias comunes que modifiquen favorablemente el comportamiento.

COMUNICACION

La percepción lleva a la comunicación. En toda comunicación, simple o compleja se realiza una secuencia semejante a ésta.



Este esquema explica que el mensaje (al nivel mental), generalmente de tipo informativo, originado por una fuente o

comunicador (el cerebro del individuo) es codificado puesto en una forma transmisible (un pensamiento se verbaliza al ser convertido en ondas sonoras, o signos escritos). El mensaje codificado pasa a través de un transmisor (impresión, grabación, película, televisión) camino apto, canal (aire, onda, papel, luz, etc.) a un receptor (los sentidos de una persona: ojos, oídos, nervios táctiles) donde el mensaje es decodificado (convertido por el sistema nervioso en símbolos mentales) a su destino final (cerebro del receptor).

Para que la comunicación sea eficaz, se necesita la actividad del receptor, que reacciona contestando, preguntando o actuando mental o físicamente. Hay una respuesta del receptor al comunicador que completa el ciclo, es la retroalimentación (feedback).

La retroalimentación permite al comunicador, que dio origen al mensaje, corregir las posibles omisiones o errores en la transmisión del mensaje, o mejorar la codificación y el procedimiento de transmisión e inclusive, ayudar al receptor en la decodificación del mensaje.

APRENDIZAJE

El proceso del aprendizaje es una experiencia individual para cada persona. El aprendizaje es la modificación más o menos estable de pautas de conducta, entendiéndose por conducta todas las modificaciones del ser humano.

La finalidad principal de los materiales audiovisuales es

modificar el comportamiento en orden a la consecución de los objetivos, por esto, es necesario servirse de la psicología del aprendizaje para que sus principios guíen la planificación de dichos materiales y puedan luego dar resultados efectivos. Desgraciadamente la teoría del aprendizaje como cuerpo doctrinario ha contribuido muy poco directamente para el diseño de los audiovisuales. Por tal motivo, lo único que puede ofrecerse son algunos principios y aplicaciones de carácter general.

Las teorías del aprendizaje se pueden agrupar en dos grandes ramas. Una, la llamada conductista o conexionista que interpreta el comportamiento humano como conexión entre estímulos y respuestas. Este es el patrón de aprendizaje E-R. Cada reacción específica es una respuesta exacta a una sensación o estímulos específicos. La palabra oral o escrita, las imágenes sencillas y todos los materiales audiovisuales son estímulos. Para determinados propósitos algunos son estímulos más eficaces que otros.

La segunda rama agrupa varias teorías: organicistas, estructuralistas, gestalistas o teorías cognoscitivas.

La característica común de estas teorías es sostener que el proceso cognoscitivo es el fundamento básico del comportamiento humano; por proceso cognoscitivo entienden la intuición, concepción, capacidad de relación y habilidad discursiva. En didáctica se pone énfasis en cómo se aprende y no en qué se aprende, formalismo.

Las acciones humanas se consideran determinadas por una cierta calidad intelectual y especialmente por la habilidad de establecer relaciones. Los psicólogos que sostienen estas teorías creen que en cada nueva percepción, el objeto o fenómeno es percibido en forma diferente porque la estructura cognoscitiva del sujeto está organizada de diferente manera, y que cada una de las percepciones modifica la estructura psíquica.

Dos autores, especialistas en medios audiovisuales han dado interpretaciones prácticas de algunos de estos principios psicológicos C.R. Carpenter, un psicólogo y Edgar Dale, un pedagogo. Enseguida se presentan sus diez principios; los siete primeros de Carpenter y los tres últimos de Dale.

- Importancia de la motivación. La tarea básica debe ser descubrir, fomentar y acrecentar el proceso motivacional y sus fuerzas: interiores, necesidad, deseo, y entusiasmo de aprender.
- Importancia del factor personal. Los materiales serán eficaces en el grado en que resulten relevantes (plenos de significado) para cada individuo.
- El proceso de selección y la enseñanza audiovisual. Las cadenas de comunicación, incluyendo la enseñanza deben entenderse como cadenas de fenómenos entre cuyos principales eslabones operan filtros. El output o respuesta será muy diferente del input o estímulo; ya que se interpone, entre el material estímulo y la respuesta personal; toda la

trayectoria vital del sujeto.

- La necesidad de organización. Más información puede ser asimilada y más largamente retenida cuando los materiales audiovisuales son más significativos, están más sistematizados y mejor organizados.
- La necesidad de participación y práctica. El aprendizaje es actividad. La acusación más generalizada contra los materiales y métodos audiovisuales en la pasividad que se cree producen en el espectador por su falta de participación y práctica.
- Repetición y variedad de estímulos. La repetición refuerza el aprendizaje y lo hace más profundo y duradero. La variedad de estímulos, sostiene la atención, despierta el interés y amplía los patrones de aprendizaje.
- Dosificación del material didáctico que debe presentarse. Uno de los principios fundamentales del aprendizaje es que la calidad y cantidad de la información debe estar de acuerdo con la capacidad de los espectadores.
- Claridad, interés y efectividad.
- Transferencia de la enseñanza. La transferencia del aprendizaje no se realiza automáticamente. Debe enseñarse a transferir lo aprendido a nuevas situaciones.

- **Conocimiento inmediato de los resultados.** El conocimiento de los resultados incrementa y perfecciona el aprendizaje.

C A P I T U L O V

**ANÁLISIS DE CONTENIDO DEL NOTICARIO "PRESENCIA UNIVERSITARIA"
QUE DIFUNDE LA DIRECCION GENERAL DE TELEVISION UNIVERSITARIA**

5.1 ANTECEDENTES

El análisis de contenido representa en la actualidad un instrumento muy importante para la investigación en la comunicación social, al permitir el estudio sistemático de una evidencia penetrante sobre los asuntos humanos, en este caso el contenido de la comunicación.

El análisis es un instrumento de investigación desarrollado específicamente para estudiar cualquier problema, en el cual el contenido de la comunicación sirve como base de inferencia.

De acuerdo con la definición clásica de Berelson (1952), el análisis de contenido es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones.²²

La comunicación es una forma esencial de la interacción humana, y el estudio de sus productos y procesos es fundamental en la comprensión de la historia, la conducta, el pensamiento, el arte y las instituciones humanas.

Este instrumento es el que usaré para analizar el noticiario. A continuación presentaré la parte del análisis de contenido.

²² Reed H. Blake y Edwin O. Haroldsen, Taxonomía de conceptos de la comunicación, p. 154.

La Dirección General de Televisión Universitaria difunde actualmente once series que se transmiten en los tiempos y horarios de R.T.C. (las series fueron mencionadas con anterioridad). Dentro de estas series está el noticiario Presencia Universitaria, que se transmite diariamente de lunes a viernes por el canal 13 de televisión, con el horario de 9:30 a 9:45 horas.

Dentro de su trayectoria, el noticiario no ha logrado consolidar ningún proyecto que responda a los principios institucionales, debido a los constantes cambios administrativos que ha sufrido la dependencia.

Ha habido una gran disputa sobre lo que debe transmitir, entre ellas esta la que ha regido al programa: un noticiario con tendencia a difundir aspectos de índole oficial, para que tenga como objetivo informar a la comunidad universitaria sobre el quehacer científico, académico y cultural de la Universidad.

Debido a la importancia que tiene la información en televisión (sobre todo viniendo de una institución como lo es la UNAM), a los altibajos de esta serie y a la importancia que se le ha dado por diferentes sectores, es que lo elegí como representativo para su análisis, dentro de los programas que difunde Televisión Universitaria.

A lo largo de la historia de esta serie se vislumbran las dificultades con que se ha topado, llegando varias veces a la censura.

Nace en 1960 como un noticiario cultural, según palabras del entonces jefe de servicios coordinados de radio, televisión y grabaciones, Dr. Pedro Rojas (esto lo señalo porque no existen copias de estos programas) con el nombre de Actualidades Universitarias y con un horario de 21:00 a 21:30 horas. El primer cambio, en cuanto a contenidos, sobrevino al año, en 1961. Aún con los cambios en su forma y contenido se siguió transmitiendo a cargo de Juan Vicente Melo. Su duración era de 30 minutos en su inicio, pero a partir del 26 de junio de 1961, se reduce a 15 minutos. Aparentemente desaparece ese mismo año (a finales de agosto) para ser sustituido por un nuevo noticiario llamado Diez para las nueve.

En noviembre de ese año, por razones desconocidas, es suspendida su transmisión. El programa era de poca duración y se transmitía a las 14:30 horas por el canal 2 de televisión.

Después de varios años de inactividad, el 17 de noviembre de 1967, comenzó la emisión de una serie semanal llamada Universidad Presenta y cuyo objetivo era mostrar al público televidente la labor que se efectuaba en la UNAM en sus diversos aspectos, por lo que se supone era un noticiario.

Vuelve a desaparecer y no es sino hasta el 28 de junio de 1980 a las 22:00 horas por canal 11, que se transmite el semanario Actualidades Universitarias con una duración de 27 minutos.

Me parece importante recordar los objetivos de esta nueva

aparición del noticiario, ya que algunos aspectos son los que permanecen actualmente.

El noticiero se creó para fomentar los medios de información, para difundir las actividades de la UNAM, tanto hacia la propia comunidad universitaria como hacia el exterior, a fin de dar a conocer y estimular el quehacer académico y administrativo de la Institución, y de que se entienda su significado.

Se transmitirían noticias sobre las actividades del Rector y de los principales funcionarios académicos y administrativos de la Institución; se informaría sobre cursos, conferencias, seminarios, simposios y demás eventos que tienen lugar en la Universidad; se ofrecería también entrevistas con personajes de la vida universitaria, especialmente invitados al programa; asimismo, se presentarían los libros recientemente editados por la UNAM, la información deportiva de la semana, y una síntesis de la información contenida en la cartelera Los Universitarios Hoy y en Gaceta UNAM; por último, en el noticiario se daba cabida a tres reportajes.

El noticiario permaneció en pantalla hasta septiembre de 1981.

Nuevamente aparece el 4 de agosto de 1985 un noticiario con el nombre de Presencia Universitaria, en el mismo año que se crea la Dirección General de Televisión Universitaria.

Esta nueva etapa del noticiario nace con los objetivos que sustentan a esta Casa de Estudios (la investigación, la docencia y la extensión de la cultura). Sin embargo, no se ha consolidado debido a los constantes cambios administrativos que ha atravesado esta dependencia.

Acorde con estas circunstancias, es que el período a analizar será en el momento de realizar el presente trabajo. De la semana del 16 al 20 de julio de 1990.

Antes de continuar me referiré a las definiciones que manejaré en el análisis de contenido.

Al citar a las noticias también mencionaré la palabra información, ya que suele denominársele así en los medios de comunicación. Pero vayamos paso por paso. A la información y a la comunicación se les une. Aunque éste sea un equívoco de sinonimia en que suelen encerrarse ambos conceptos; conviene ahora romper con ello.

La información es eje medular de la comunicación, en nada justificaría que se confunda lo que es característico y distingue al uno del otro.

La información es el dato del hecho; la comunicación es el significado del hecho.

Esto es, el lenguaje que articula e integra los elementos de la comunicación para inscribirlos en la memoria actuante del

hombre.

La información es forma y la comunicación contenido. La información es lenguaje lineal y la comunicación lenguaje integral. Vertical, una; horizontal, otra.

Si toda comunicación es información, no toda información es comunicación, para serlo, exige recepción. Por mucho que nos ligue un proceso común, una y otra obedecen a fundamentos distintos y también, a veces, a fines distintos. En tanto que la información es la noticia escueta, comunicación es la fabulación de la noticia; lo que la información son los elementos de enseñanza que se imparten; comunicación, es el sistema pedagógico que se emplea para hacerles comprensibles.

Un hombre que se haya aprendido perfectamente la historia de Grecia o de Roma, puede ser un hombre bien informado, pero no necesariamente culto. El factor varical, como proceso humano de experiencia, es el que acelera el paso de la información a la comunicación: de la expectativa a la decisión.

Pasemos ahora a la noticia, en relación con la información y a la comunicación con la noticia.

El terreno de la información linda con el de la noticia en el momento en el que se considera a ésta elemento de reducción, de incertidumbre por efecto de la cantidad informativa que carga y por el grado de sorpresa que es capaz de producir en el receptor.

Por extensión, todo cuanto rodea al hombre es potencialmente información, a sola condición de que influya sobre él en alguna forma de conocimiento y la modifique o transforme completamente en su comportamiento. Poseer información, en este contexto amplio, es igual a detentar elementos de conocimiento para la adquisición de patrones de acomodación social, para la participación, acción y decisión dentro del grupo sociocultural.

No toda información es noticia periodística, pero sí toda noticia periodística pertenece al mundo de la información.

Mediante una simplificada visualización de los campos de la comunicación, la información y la noticia, sostendríamos que se trata de 3 círculos: el mayor, de las interacciones humanas, es el de la comunicación; el mediano, de la información y el pequeño, de la noticia periodística.

Donde noticia y comunicación se confunden, es en el proceso de transmisión del mensaje. No hay modo de dar a conocer un hecho noticiable si no es comunicándolo de alguna manera. Pero este parecido es nada más resultante de la acción verbal comunicar, sinónimo de "dar noticia" y no afecta al sentido complejo sistémico noticia. De esto se infiere que no puede haber noticia periodística sin una o varias formas de comunicación, pero nada más.

Según definición de José Luis Martínez Albertos²³ las noticias "son hechos verdaderos, inéditos o actuales, de interés

²³ L. Enrique Torán, La información en televisión, p. 10.

general que se comunican a un público que puede considerarse masivo".

La información, en televisión discurre esencialmente por los mismos cauces que en el resto de los medios informativos. Comprende la simple transmisión de la noticia, la información más amplia, vista en cierto modo a través del temperamento de quien la obtiene y que suele debatirse, independientemente de cuestiones entre la generalización o la especialización; el editorial o comentario de la noticia y las llamadas tribunas, ruedas o revistas de prensa, en las que se verifica el comentario del hecho acontecido, seguido o intercalado de posiciones partidistas diferentes. Así entramos a los géneros periodísticos. Los expondré a grandes rasgos, ya que estos no son materia de este estudio. Los géneros periodísticos más comunes son:

- 1.- La estricta información como noticia para T.V.
- 2.- El reportaje y sus numerosos subgéneros: el reportaje habitual, el gran reportaje, las entrevistas, las encuestas, los programas coloquiales (coloquios, ruedas, conferencias de prensa...), los informativos especiales, etc.
- 3.- La crónica.
- 4.- El artículo o comentario, igualmente con sus variantes más destacadas: el editorial, el comentario y la crítica.²⁴

De estos cuatro géneros, los dos primeros -aunque en distinto grado- corresponden a los llamados géneros periodísticos

²⁴ J.L. Martínez Albertos. Géneros periodísticos en T.V. en El Mensaje Informativo... pp. 243-244.

ESTA TERCERA PARTE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

informativos (noticias y reportaje). El artículo en su amplia gama de posibilidades, es un género periodístico interpretativo. Y finalmente, la crónica es un género periodístico híbrido en el que están presentes el relato de hechos y la exposición de ideas.

En un primer acercamiento ubicaré a las noticias dentro de la clasificación dada en un capítulo anterior, en el que me refería a la educación formal o didáctica; educación no formal y a la educación informal.

Evidentemente la información se ubica en la educación informal ya que no se guía por planes y programas de estudio como es el caso de la educación formal. En el caso de la educación no formal, las noticias no se situarían dentro de ésta, porque no se limitan a abordar problemas específicos que respondan a necesidades concretas de grupos o sectores sociales, para proporcionar a los receptores una serie de herramientas para mejorar sus condiciones de vida.

En cambio en la educación informal si se introduce, ya que esta educación constituye la mayor parte del mundo conocido y aprendido por los sujetos, puesto que en el conjunto de experiencias cotidianas se propician procesos de aprendizaje.

Los medios de comunicación, en especial la televisión, conforman una parte importante de este saber cotidiano.

En este marco de la educación global, deberíamos dejar sentado que si bien la función de las noticias por televisión es

fundamentalmente informativa, orientadora y de entretenimiento, la función educativa es una yuxtaposición inevitable en los tres niveles mencionados y, en consecuencia, pertenecen típicamente al terreno de la educación informal. Pero es posible, mediante el estudio de cada caso, detectar la intencionalidad educativa.

Ya ubicada la información dentro de la educación, veamos cuántas áreas de información cubre el noticiario que realiza Televisión Universitaria.

- Cultural.
- Científica.
- Política.
- Humanística.
- Tecnológica.
- Artística.
- Económica.
- Social.
- Deportiva.

La estructura del noticiario es la siguiente:

- Entrada del programa.
- Notas periodísticas (no es específica el área).
- Spot.
- Nota periodística.
- Spot.
- Notas periodísticas (2).
- Suplemento universitario.
- Salida del programa.
- * Los viernes: Cartelera Cultural.

Como ayuda para mi análisis haré una descripción de los noticiarios que se transmitieron durante una semana tal y como aparecieron al aire (como se vio en pantalla).

Noticiario del 16 de julio de 1990

- 1.- Entrada al programa que consiste en presentar el logotipo que representa a Televisión Universitaria.
- 2.- Se presenta el noticiario por medio de los locutores (dos). Dicha presentación consiste en darnos un esbozo de dos notas. Los locutores se alternan un día uno y un día otro.
"Hoy en "Presencia Universitaria"...
"Un informe sobre el proceso de urbanización y crecimiento demográfico de la ciudad de México...
Una especialista de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, califica a Fray Bartolomé de las Casas como un revolucionario de su momento histórico".
- 3.- Entra la presentación del noticiario "Presencia Universitaria".
- 4.- Después de esto entran a cuadro los locutores y proceden a saludarse entre ellos y al público televidente. Aquí quiero resaltar que dentro del saludo nos dicen lo siguiente: "... bienvenidos a este espacio televisivo de información y análisis de la noticia...".
- 5.- Empieza el locutor a presentarnos las notas periodísticas.

Este noticiario constó de 6 reportajes, dos spots y una sección llamada Suplemento Universitario, en donde se transmiten algunas de las actividades que se van a llevar a cabo en la UNAM (actividades culturales, cursos, seminarios, etc.).

- 6.- Por último se despiden los locutores y;
- 7.- Se presenta la salida del programa que igualmente consta del logotipo que representa a Televisión Universitaria.

Noticiario del 17 de julio de 1990

- 1.- Los puntos del 1 al 4 antes mencionados son los procedimientos diarios del noticiario (a excepción de las notas informativas que mencioné).
- 5.- Este noticiario constó de 5 reportajes, dos spots y la sección llamada "Síntesis Universitaria", ésta consta de notas informativas muy cortas, en este caso de 26, 30 y 38 segundos de duración. En esta ocasión se informó sobre actividades de investigación, eventos artísticos y clausuras.
Los puntos 6 y 7 son iguales a los anteriores.

Noticiario del 18 de julio de 1990

- 1 y 4.- Son los mismos.
- 5.- Aquí presentaron 4 reportajes, un spot, y las secciones

"Síntesis Universitaria" y el "Suplemento Universitario".

6 y 7.- Son los mismos.

Noticiario del 19 de julio de 1990

1 y 4.- Igual que los anteriores.

5.- En éste se presentaron 5 reportajes, dos spots y la sección "Suplemento Universitario".

6 y 7.- Los mismos.

Noticiario del 20 de julio de 1990

1 y 4.- Los mismos.

5.- Constó de dos reportajes y un spot.

6 y 7.- Los mismos.

Cabe señalar que entre reportaje y reportaje los locutores tratan de hacer comentarios, aunque no siempre acerca de la información que se está dando, se notan inseguros al hacerlo, intentan amenizar pero a mi parecer no lo logran.

Tanto la sección de Suplemento Universitario y Síntesis Universitaria tienen su propia entrada dentro del noticiario.

Dentro del noticiario se promocionan las series que realiza

T.V. UNAM. Cabe señalar que algunos reporteros intentan presentar sus notas de diferente manera, como presentarse y decir de que medio son, antes de realizar su entrevista o presentar algún evento, etc.; de describir el lugar en donde están o salir a cuadro. Aunque son muy escasas, ya se intenta hacer algo diferente.

5.2 ANALISIS DE CONTENIDO

Respecto a la metodología utilizada para este estudio, se tomó la técnica del Análisis de Contenido, inicialmente propuesto por Berelson y retomado por Duverger. Este autor sugiere ciertos lineamientos generales para el análisis de cualquier tipo de documento, ya sea escrito, oral, con imágenes o fotografías. Concretamente, el Análisis de contenido "consiste en agrupar en cierto número de categorías preestablecidas los elementos de un texto (ya sean palabras, frases, párrafos u otros) según sea la unidad analítica escogida. El número de palabras, frases o párrafos, etc., por categorías determina el resultado del análisis".²⁵

A los elementos del documento a analizar, que son clasificados dentro de las distintas categorías preestablecidas, también se les llama unidades de análisis. Es cierto que esta técnica propone los lineamientos generales, pero es necesario que en cada investigación se determinen sus propios objetivos y en función de éstos realizar el análisis. En este trabajo y de

²⁵ Maurice Duverger. Métodos de las ciencias..., p. 173.

acuerdo a los objetivos propuestos al principio del presente, se tomaron como unidades de análisis los textos de las notas periodísticas del noticiario "Presencia Universitaria". Esta clase de unidades de análisis o elementos, quedan dentro de la clasificación hecha por Duverger en "las unidades de análisis de base no gramatical, concretamente dentro del análisis por documentos íntegros".²⁶

Ahora bien, en la definición de las categorías de análisis se tomaron como base los objetivos de mi investigación que se determinaron en este trabajo. Era necesario establecer las categorías que me permitirán conocer si los programas (en este caso el noticiario) tienen una función educativa, de esta manera, cada una de las categorías pretende obtener uno o varios datos con los que se logre conocer lo antes descrito.

CATEGORIAS

- 1a. Contendrá el nombre de la nota periodística.
- 2a. Se referirá al tema a tratar, que subdividiré en: económicos, sociales, políticos, culturales, educativos, científicos, deportivos, artísticos y las actividades del rector. Este punto me indicará qué temas se abordan con más frecuencia.
- 3a. Será la que Duverger denomina de forma, y que se refiere a la forma en que el texto trata los temas. Se clasificará como lo

²⁶ Maurice Duverger, *Métodos de las Ciencias...*, p. 177.

hizo Lasswell:

Declaraciones de preferencia: en donde el encargado de realizar la información periodística denote alguna inclinación a favor o en contra, hacia la noticia.

Declaración de identificación: en donde el autor declara plenamente estar de acuerdo, o simpatizar con la información.

Declaración de hechos: se puede decir que es una posición neutral.

Para mayor entendimiento usaré el mismo ejemplo expuesto por Duverger y Berelson, dado por Lasswell:

De hecho: "Los comunistas desean dominar el mundo".

De preferencia: "Los comunistas deberían dominar el mundo".

De identificación: "Soy comunista".

Esta categoría me ayudará a ver si las notas periodísticas contienen algún elemento que contribuya a influir en la opinión del público, ya sea por la imagen del periodista mismo o por el organismo o institución que representa, en este caso la UNAM.

4a. De origen, que me dirá, de dónde procede la comunicación, y que subdividiré en: internacionales, nacionales y noticias universitarias.

5a. Será la de destino, que se refiere al grupo de personas a quienes se dirige la comunicación. Estará subdividida en:

Público interesado en el tema, universitarios y público en

general.

6a. De apreciación dada por Berelson, tomando de ésta la de toma de posición, a su vez se clasificará en positiva, neutra y negativa.

Esta categoría al igual que la tercera, pretende ver si se toma alguna posición ante los hechos que se exponen.

Y por último, me interesa saber si determinada información o todas las notas son dadas desde un sólo punto de vista, sin dar diferentes posiciones de un hecho. Esto me servirá para ver si dan opción al perceptor de formarse un criterio propio y así poder hacer un análisis. No tomar los hechos como verdaderos, vistos desde un solo punto de vista.

Me ocuparé también de la actualidad de los temas, que podría tomarse como otra categoría.

Las categorías escogidas me ayudarán a determinar si el noticiario "Presencia Universitaria" es educativo, es decir, que dé noticias periodísticas objetivas, basadas en la realidad, dándonos diferentes puntos de vista de un hecho noticioso; no sólo que sea informativo, sino que a la noticia se le dé sentido para dar opción al receptor de participar; de otorgar un juicio; que no sea un mensaje autoritario, sino que de alternativa al análisis para poder ser receptores activos y críticos.

5.3 CUADROS DE ANALISIS

A continuación presentaré el análisis de contenido de lo textos de las notas periodísticas que conformaron una semana del noticiario Presencia Universitaria, de acuerdo a las categorías expuestas con anterioridad. Además de éstas, los cuadros que se expondrán incluyen en primer término, una parte dedicada a datos generales, como es la fecha del día en que se transmitió la nota periodística y el título que se le dio.

DATOS GENERALES

16/VII/90

NOMBRE DE LA NOTA PERIODISTICA	NUEVA DINAMICA EUROPEA	MOVIMIENTO NACIONALISTA EN LA URSS	DEFENSA DE LOS PUEBLOS INDIOS	SE MANTIENEN OCULTAS LAS RELIGIONES INDIGENAS	TENDENCIA DEL URBANISMO	FOMENTO A LA INVESTIGACION
CATEGORIAS DEL ANALISIS						
TEMA A TRATAR						
ECONOMICO						
SOCIAL			X	X	X	
POLITICO	X	X				
CULTURAL						
EDUCATIVO						
CIENTIFICO						
DEPORTIVO						
ARTISTICO						
ACTIVIDADES DEL RECTOR						
INFORMES DE ALGUN EVENTO						X
FORMA DE EXPRESION						
DECLARACION DE HECHOS	X	X	X	X	X	X
DECLARACION PREFERENCIA						
DECLARACION DE IDENTIFICACION						
ORIGEN						
INTERNACIONALES		X				
NACIONALES				X	X	X
UNIVERSITARIAS	X		X			
DESTINO						
PUBLICO INTERESADO EN EL TEMA	X	X	X	X		
PUBLICO EN GENERAL					X	
UNIVERSITARIOS						X
TOMA DE POSICION						
POSITIVA						
NEGATIVA						
NEUTRA	X	X	X	X	X	X
PUNTOS DE VISTA SOBRE EL TEMA	1	1	1	1	1	1
TEMA DE ACTUALIDAD						
SI	X	X	X	X	X	X

DATOS GENERALES

17/VII/90

NOMBRE DE LA NOTA PERIODISTICA	LOS DERECHOS INDIGENAS EN MEXICO	YUTOAZTECA	CORREDOR DE BARRIO	ENTREVISTA GUSTAVO SAINZ (ESCRITOR)	NOTAS CORTAS INFORMATIVAS	FUGA DE CEREBROS
CATEGORIAS DEL ANALISIS						
TEMA A TRATAR						
ECONOMICO						
SOCIAL	X	X	X			
POLITICO						
CULTURAL				X		X
EDUCATIVO						
CIENTIFICO					X	
DEPORTIVO						
ARTISTICO						
ACTIVIDADES DEL RECTOR						
INFORMES DE ALGUN EVENTO						
FORMA DE EXPRESION						
DECLARACION DE HECHOS	X	X	X	X	X	X
DECLARACION PREFERENCIA						
DECLARACION DE IDENTIFICACION						
ORIGEN						
INTERNACIONALES						
NACIONALES				X		
UNIVERSITARIAS	X	X	X		X	X
DESTINO						
PUBLICO INTERESADO EN EL TEMA	X	X	X	X		
PUBLICO EN GENERAL						X
UNIVERSITARIOS					X	
TOMA DE POSICION						
POSITIVA						
NEGATIVA						
NEUTRA	X	X	X	X	X	X
PUNTOS DE VISTA SOBRE EL TEMA	1	1	1	1	1	1
TEMA DE ACTUALIDAD						
SI	X	X	X	X	X	X

DATOS GENERALES

18/VII/90

NOMBRE DE LA NOTA PERIODISTICA	DR. OCTAVIO ARAUJO OPINA SOBRE EL NUEVO CODIGO ELECTORAL	ESTIMULOS A ESTUDIANTES DEL DOCTORADO (RECTOR)	QUEMA DE LIBROS EN NICARAGUA	NOTAS CORTAS INFORMATIVAS (3)
CATEGORIAS DEL ANALISIS				
TEMA A TRATAR				
ECONOMICO				
SOCIAL				XXX
POLITICO	X		X	X
CULTURAL				
EDUCATIVO				
CIENTIFICO				
DEPORTIVO				
ARTISTICO				
ACTIVIDADES DEL RECTOR		X		
INFORMES DE ALGUN EVENTO				
FORMA DE EXPRESION				
DECLARACION DE HECHOS	X	X	X	X
DECLARACION PREFERENCIA				
DECLARACION DE IDENTIFICACION				
ORIGEN				
INTERNACIONALES			X	
NACIONALES				XX
UNIVERSITARIAS	X	X		XX
DESTINO				
PUBLICO INTERESADO EN EL TEMA			X	
PUBLICO EN GENERAL	X			
UNIVERSITARIOS		X		XXXX
TOMA DE POSICION POSITIVA				
NEGATIVA				
NEUTRA	X	X	X	X
PUNTOS DE VISTA SOBRE EL TEMA	I	I	I	I
TEMA DE ACTUALIDAD				
SI	X	X	X	X

DATOS GENERALES

19/VII/90

NOMBRE DE LA NOTA PERIODISTICA	CONFERENCIA DE PRENSA MINISTRO DE CUBA	SILO HEXAGONAL	J.M. VELASCO CIENTIFICO	"DESTELLOS"	INFORME DEL CISESUA
CATEGORIAS DEL ANALISIS					
TEMA A TRATAR					
ECONOMICO					
SOCIAL		X			
POLITICO	X				
CULTURAL			X	X	
EDUCATIVO					
CIENTIFICO		X			
DEPORTIVO					
ARTISTICO					
ACTIVIDADES DEL RECTOR					X
INFORMES DE ALGUN EVENTO					
FORMA DE EXPRESION					
DECLARACION DE HECHOS	X	X	X	X	X
DECLARACION PREFERENCIA					
DECLARACION DE IDENTIFICACION					
ORIGEN					
INTERNACIONALES	X				
NACIONALES			X		
UNIVERSITARIAS		X		X	X
DESTINO					
PUBLICO INTERESADO EN EL TEMA	X	X	X	X	
PUBLICO EN GENERAL					
UNIVERSITARIOS					X
TOMA DE POSICION					
POSITIVA					
NEGATIVA					
NEUTRA	X	X	X	X	X
PUNTOS DE VISTA SOBRE EL TEMA	I	I	I	I	I
TEMA DE ACTUALIDAD					
SI	X	X	X	X	X

DATOS GENERALES

20/VII/90

NOMBRE DE LA NOTA PERIODISTICA	CONSEJO UNIVERSITARIO	FESTIVAL DE NUEVA YORK
CATEGORIAS DEL ANALISIS		
TEMA A TRATAR		
ECONOMICO		
SOCIAL		
POLITICO		
CULTURAL		
EDUCATIVO		
CIENTIFICO		
DEPORTIVO		
ARTISTICO		
ACTIVIDADES DEL RECTOR	X	
INFORMES DE ALGUN EVENTO		X
FORMA DE EXPRESION		
DECLARACION DE HECHOS	X	X
DECLARACION PREFERENCIA		
DECLARACION DE IDENTIFICACION		
ORIGEN		
INTERNACIONALES		X
NACIONALES		
UNIVERSITARIAS	X	
DESTINO		
PUBLICO INTERESADO EN EL TEMA		
PUBLICO EN GENERAL		X
UNIVERSITARIOS	X	
TOMA DE POSICION		
POSITIVA		
NEGATIVA		
NEUTRA	X	X
PUNTOS DE VISTA SOBRE EL TEMA	1	1
TEMA DE ACTUALIDAD		
SI	X	X

C A P I T U L O V I

INTERPRETACION DE LOS DATOS OBTENIDOS

6.1 DATOS OBTENIDOS

La siguiente interpretación de los datos no es un resultado absoluto, más bien pretendo lograr una síntesis que agrupe los datos observados en los cuadros presentados con anterioridad, pero además que den un significado y los ubique en el estudio que he venido realizando. Este trabajo puede ser un primer paso o dar pie a que se hagan estudios más profundos. Los resultados quedan abiertos para que puedan ser descartados, ampliados o modificados mediante nuevos datos.

A continuación presento la interpretación de datos de acuerdo a la información de que dispongo.

A través de los cuadros puede notarse que las áreas tratadas son eventos culturales, temas urbanos, presentación de libros, anécdotas o pasajes de la vida de algún hombre relevante, eventos efectuados por el Rector de la UNAM, conferencias, mesas redondas efectuadas en escuelas, institutos, centros, facultades, colegios y/o direcciones de la Máxima Casa de Estudios.

El género periodístico que se utiliza es el reportaje, usando algunos de sus subgéneros como: la entrevista y los programas coloquiales (es decir coloquios, ruedas y conferencias de prensa). Hay notas largas que duran aproximadamente dos minutos máximo, nos pasan alrededor de seis notas al día y notas cortas de treinta o cuarenta segundos, que a veces se pasan en

lugar de una nota larga.

Si se trata de eventos del Rector varía el tiempo, incluso se puede llevar hasta las tres cuartas partes del noticiario.

En cuanto a los temas, tal parece que no llevan una coordinación real, por ejemplo se habla de un tema actual como los derechos indígenas, la siguiente nota trata de la ocultación de religiones indígenas y al otro día vuelven a tocar el tema de los derechos indígenas y digo tal parece, porque ni siquiera se nos dice que en esa semana se llevó a cabo una serie de conferencias sobre los Derechos Indígenas, por ello diariamente nos hablan de uno o dos temas tocados en esas conferencias.

Con respecto a la categoría de toma de posición y a la de forma de expresión, todas las notas son neutras, existen sólo declaraciones de hecho, por ello la mayoría de las notas no permiten al receptor participar, dar un juicio. Son mensajes verticales, aunque son puntos de vista de alguna persona especializada en el tema, no se permite ser parte activa. Además en cada nota sólo se hace referencia a un punto de vista que se dijo, por ejemplo en un coloquio, pero esto no nos dice nada para confrontar ideas, se queda como una opinión dada de algún tema.

En relación a la forma de expresión, todas las notas nos dan sólo declaraciones de hechos, aunque bueno, en la información suele escribirse de esta manera pretendiendo objetividad. Aunque no llegan a encerrar falsedades, sí paralizan situaciones y como consecuencia no permiten pensar, opinar ni mucho menos criticar.

En lo que se refiere a la categoría del tema a tratar, los temas que sobresalieron fueron los sociales, pasando en segundo término los políticos y culturales. No se tocaron en una semana temas referentes a la educación, deportivos ni económicos, siendo que los temas más tratados en esos momentos, aunque ahora también, eran los educativos, debido a los conflictos laborales que atravesaban los trabajadores de la educación. En cuanto al económico sigue siendo tema de todos los días, sin embargo, no se trato. Ahora bien, los temas manejados con relación a las actividades del Rector, a pesar de ser tan pocas (3 notas) me parece importante destacar que el tiempo que dedicaron a este tema fue superior a las demás notas, incluso hubo un día en que sólo se presentaron dos notas, una cultural la cual duró veinte segundos y el resto fue dedicado a la información del Consejo Universitario.

Los temas en su totalidad son actuales (en cuanto a mi muestra) aunque no vayan con el día.

En lo referente al destino, se dirigen principalmente a público interesado en determinado tema, es decir, a personas involucradas en el tema. En segundo lugar van dirigidos a los universitarios (estudiantes, maestros, trabajadores administrativos, autoridades) ya que se refieren a mensajes del rector, firma de convenios, acuerdos tomados en el Consejo Universitario, informes de actividades de autoridades de las diferentes direcciones, institutos, colegios, escuelas, facultades, centros, etcétera, pertenecientes a la UNAM. (Sin que quiera decir esto, que el público en general no le interese).

En tercer lugar son muy pocas las notas dirigidas al público en general.

Para finalizar, creo que no hay un control de lo que se quiere transmitir, de lo que se quiere hacer saber al público, sobre el quehacer universitario y el nacional.

6.2 CONCLUSIONES

El noticiario según los datos obtenidos no puede considerarse educativo, es meramente informativo, no da pautas para la crítica, en la mayoría de sus notas sólo se aportan datos. Aunque hay notas (muy pocas) que están fundamentadas, que enseñan algo, que den referencia al hecho.

Las notas que requieren de mayor explicación; no caer en la superficialidad en el que dejan ver la falta de conocimiento del tema (aunque no sea así), parece que no le han dado mucha importancia a los contenidos.

Los temas a pesar de ser de actualidad, no son de interés general, muchas veces ni siquiera para la comunidad universitaria. Las conferencias, coloquios y mesas redondas deberían tener desde una introducción hasta presentar opiniones de diferentes participantes, explicar la razón del evento y más datos que puedan llevar a comprender de lo que se está hablando.

Otro de los aspectos, es que hay una marcada tendencia a

difundir aspectos de índole oficial en detrimento de la emisión de las actividades fundamentales de la Universidad, llevándose en ocasiones todo el tiempo que ocupa el noticiario la información y actividades de funcionarios.

Sería grave si el noticiario sigue siendo un instrumento de la autoridad central, ajeno a la vida universitaria y a sus tareas prioritarias y en especial las educativas.

Cabe preguntarse ¿cuáles deben ser las características específicas que debe tener el noticiario universitario?

Considero que "Presencia Universitaria" debe partir de los fines mismos de la UNAM; debe partir de la libertad y la pluralidad, y ser una producción participativa de los diferentes sectores de la Institución sin que tenga que subordinarse a criterios de autoridad informativa vertical. Así que se debe hacer una revisión crítica, imparcial y profunda de sus objetivos y funciones fundamentales, en especial las educativas.

Aunque como ya dije anteriormente, el noticiario ha sufrido varios cambios debido a las diferentes administraciones que ha tenido "Televisión Universitaria". Actualmente se ha puesto más empeño en cambiar la imagen del noticiario, sin embargo, en mi opinión aún no se tienen los objetivos claros, se ha cambiado por ejemplo, el modo de presentación, con el locutor a cuadro, durante la información se introduce imagen, el reportero lee sus propias notas, se ha ido cambiando poco a poco, pero todavía no se toman en cuenta los contenidos ni los aspectos educativos.

Un noticiario que es realizado por la Máxima Casa de Estudios, en el que durante años han intervenido gentes interesadas en que cambie la imagen del noticiario y esté al nivel que le da la UNAM; en el que se ha luchado por espacios en la televisión comercial y del gobierno, ¿por qué entonces se ha dejado de lado su contenido y se ha puesto más empeño en la imagen?

Lo que me preocupa de la pregunta anterior, es que con los cambios que ha sufrido y que van a continuar, en lo que es un noticiario similar a la televisión comercial, en el que el reino de la noticia es la esfera de la desinformación y donde mejor opera el proceso alienante-despolitizante; ahí donde coexisten y se yuxtaponen los temas disímbolos tratados en forma y tiempos desproporcionados. El televidente pasa sin transición de una nota a otra, es decir, el hecho noticioso, es cortado de sus raíces, alejado de las condiciones que lo crearon, abstraído del sistema social que le confirió vida, sentido y donde ese hecho noticioso desempeñó un papel determinante y significativo.

La labor informativa que realiza este medio, abastece a su audiencia con un conjunto de datos obtenidos de una realidad considerada estática, trivial, alejada.

La noticia no es anárquica sino en apariencia, pues, recibe su coherencia, su ordenamiento y orientación en los valores que son propios de los grandes grupos económicos. De este modo la televisión legítima el orden social vigente, le brinda un sentido, le confiere una orientación social y define con singular maniqueísmo los terrenos del bien y del mal sociopolítico.

Televisión Universitaria debe enfrentar de una vez por todas el reto que impone la Televisión Educativa.

Este trabajo puede ser un primer paso, para hacer estudios más profundos y que nos marquen con más claridad la realización de la función educativa de los programas que debe realizar la Dirección General de Televisión Universitaria.

A fin de hacer un análisis de todas las series que existen actualmente, habría que contar con más elementos de la comunicación y dedicar más tiempo a esta investigación.

Por ello no me atrevo a decir que la Televisión Universitaria no cumple una función educativa, lo que sí remarco es que al menos el noticiario que se realiza actualmente no es educativo en lo general.

6.3 CONSIDERACIONES PEDAGOGICAS

Los medios de comunicación masiva desempeñan actualmente un importante papel en el proceso de socialización de los individuos, por lo que, es necesario que el pedagogo tenga en cuenta que esta comunicación llega simultáneamente a un público muy vasto de diverso nivel socio-económico, sexo, edad, región geográfica, y que no se limita a tiempos o etapas en la vida de los individuos, sino que la información se recibe continuamente.

Es posible, que la relación entre la educación y el análisis de contenido realizado en este trabajo no sea demasiado claro, me refiero a este punto porque en nuestra sociedad (y sin duda en muchas otras), la actividad educativa generalmente se entiende como una función definida expresamente a partir de la escuela, institución en la cual se lleva a cabo el proceso de integración y adaptación de los individuos al aparato productivo de la sociedad.

Pero, la comunicación a nivel masivo realizada en cualquiera de los medios reconocidos actualmente para tal efecto, está contribuyendo igualmente a ese proceso integrador de los individuos a su sociedad. Los contenidos de los mensajes que se transmiten nos enseñan formas de conducta, hábitos, actitudes, etc., y esto contribuye también a ese proceso integrador de los individuos a su sociedad; tampoco quiero decir que a través de los medios de comunicación masiva no se puedan aprender los más variados conocimientos y habilidades.

En la década de los años setentas se produjeron varias investigaciones en torno a los dos aparatos culturales actuales: la escuela y los medios de comunicación. Lo que enmarcó estos estudios sobre la educación fue la categoría: crisis, mientras que los trabajos realizados sobre los medios de comunicación se centraron en la preocupación sobre el crecimiento y auge de dichos medios y sobre su influjo en los diversos sectores de la población.

En los ochentas, la crisis económica acrecentó la

problemática del aparato escolar: los recortes presupuestales afectaron diversos proyectos académicos y de investigación, y el deterioro salarial de los trabajadores de la educación condujo a éstos a la búsqueda de fuentes complementarias de ingreso, entre otros recursos.²⁷

En tanto, la preocupación principal respecto de los medios de comunicación giraba en torno al gran éxito de éstos y a su poder de penetración en los diversos sectores de la población. Aunque se iniciaron estudios e investigaciones que alertaban sobre el peligro de la transnacionalización de la información, del consumismo y del deterioro de la cultura nacional, prácticamente en todos los hogares poseían ya radios y televisores. El avance de la tecnología, así como la tendencia a su abaratamiento, permitió la introducción de la televisión a color y posteriormente de la televisión por cable, la videocassettera y la televisión vía satélite, además la posibilidad de conectar al televisor computadoras y videojuegos.

La escuela continúa sufriendo el embate de la crisis, los medios de comunicación, en especial la televisión entrán en un período expansivo y ésta se convierte cada vez, con mayor fuerza, en un aparato fundamental de socialización.

Desafortunadamente el sistema televisivo mexicano se rige con el criterio mercantil y el objetivo de entretenimiento que traen por consecuencia, las más de las veces, que sus contenidos

²⁷ Mercedes Charles C. "La Televisión: usos y ...", p.3.

programáticos contradigan aquellos elementos que se busca transmitir a través del aparato escolar.

Otra característica de este modelo televisivo, es el predominio como emisor del sector privado monopólico y en menor medida, del sector gubernamental, así como la clara exclusión de los diversos grupos y organizaciones de la sociedad civil. El sistema televisivo responde a patrones de concentración del poder, del ingreso y de la capacidad de emisión de mensajes, asimismo, del manejo de datos por parte de un grupo reducido, con la consecuente marginación de la mayor parte de la población. Todas estas características del modelo televisivo, aunadas a una legislación fragmentada y obsoleta, tienen por consecuencia una programación que se relaciona muy poco con los problemas y con la realidad nacional.

Bajo la máscara del entretenimiento, la televisión forma nuestros gustos y valores, nos muestra la existencia de formas de vida y de maneras ideales de ver el mundo y de actuar en él, así como prototipos de hombres a imitar y formas de solucionar los problemas. Todo lo anterior, construido desde la perspectiva del poder; no hay diálogo ni pluralidad (las excepciones son escasas).

La mayoría de nosotros cuando nos sentamos frente a una televisión sólo vemos en ello la posibilidad de pasar el rato, entretenernos. Muy pocos piensan que calladamente, sin que nos demos cuenta, se deslizan y penetran en nosotros ideas y valores que conforman en último término una ideología.

Como vemos y es obvio, no podemos detener los avances de la televisión (en este caso) por ello a nosotros como Pedagogos nos toca enfrentarnos a este nuevo reto: obtener provecho educativo de los diversos medios de comunicación que cada vez inciden más en la formación de los individuos.

Por estos hechos, la televisión es modeladora y conformadora de personalidades que estabilizan un sistema; en una palabra, la televisión siempre es "educativa". A causa de ella el receptor aprende y sufre cambios en su conducta: a veces superficiales, a veces profundos.

Esto me lleva a reflexionar en el fuerte impacto que ejercen en los televidentes programas no específicamente instruccionales, ya que la televisión comercial por razones obvias de amenidad, está incidiendo en la formación del ser humano y modifica su lenguaje, sus costumbres y sus actitudes de un modo más definitivo que la televisión que pretende instruir. La repetición excesiva de ciertos mensajes conduce a la manipulación de la conducta de los televidentes, quienes llegan así a actuar en forma casi automática.

Sin embargo, creo que al calificar la televisión comercial como educativa se ha olvidado que la educación pretende desarrollar positivamente, es decir que el aprendizaje es una actividad fundamentalmente activa, de participación, de creación que en lugar de convertir a individuos pasivos los convierta en hombres activos, y es aquí en donde radica la diferencia entre la televisión educativa y la televisión comercial en formar gente

activa o pasiva.

La televisión, en cuanto tiene la posibilidad de transmitir contenidos relevantes, de promover destrezas personales y actitudes socialmente útiles para transformar la personalidad positivamente, es un medio educativo.

Así es como debe ser la televisión universitaria, que haga a los receptores personas reflexivas, seres activos, críticos y creadores de formas plenas de actividad. Ya que al ser la UNAM reservorio de conocimientos y principal institución donde se genera y se práctica la educación, donde se generan los nuevos conocimientos y se constituye la vanguardia de la investigación en México, deberá utilizar todos los instrumentos de divulgación necesarios para que esa producción esté al servicio de su enriquecimiento de la sociedad en la que se desarrolla. Por lo tanto, la televisión universitaria debe ser uno de los canales fundamentales que nos haga partícipes de los significados científicos, técnicos, académicos, políticos artísticos y humanísticos generados en la comunidad del homo universitatis.

Desde el momento en que el sonido pudo ser acompañado por la imagen, la UNAM utilizó este instrumento en dos de sus grandes tareas: la docencia y la difusión de la cultura. La trayectoria de la televisión universitaria es tan antigua como la de la televisión mexicana, nacen simultáneamente. Si bien se cuenta con estudios que nos narran la historia del quehacer televisivo universitario, una evaluación de la experiencia en su conjunto, no ha sido realizada.

La Universidad tiene un enorme compromiso social con la nación y para enfrentarlo requiere de todos los recursos que estén a su alcance, y dentro de éstos uno de los más poderosos sería, sin lugar a dudas, la utilización exhaustiva y autónoma de una frecuencia de transmisión televisiva propia.

En la actualidad, la televisión universitaria cuenta con una capacidad instalada de producción que le permite mantener el flujo necesario de programación para alimentar los convenios vigentes de difusión, tanto con la televisión del Estado como la televisión privada.

Enseguida planteó algunas líneas de trabajo para futuras discusiones, que tienen que ver con una mejor producción de la televisión educativa. Cabe mencionar que estas propuestas son resultado de todo el proceso que se llevo a cabo para la realización del Congreso Universitario.

- Diseño y puesta en marcha de proyectos solventes. Esto, más que referirse a los aspectos puramente económicos, se orienta a la necesidad de estructurar proyectos solventes a través del tiempo, que puedan ser evaluados y enriquecidos por la propia experiencia de su desarrollo.
- Metodología para la producción de televisión como medio educativo. Hasta el momento la televisión con todos sus aspectos (comunicación, producción, contribución, etcétera), parece marchar separadamente de la ciencia de la educación y de la pedagogía. Es necesario juntar los caminos, creando una metodología para la producción televisiva que parta de

la concepción misma de la educación, hasta llegar a su punto final de evaluación y retroalimentación.

- **Formación de personal especializado.** Otro de los vacíos que hasta ahora ha presentado la producción de televisión educativa, es la falta de personal calificado que conozca no sólo aspectos productivos o técnicos, sino que pueda conjugarlos con los educativos. Es imprescindible, entonces, capacitar a pedagogos en el manejo de la televisión o a comunicólogos en el campo de la pedagogía.
- **Reducir la brecha existente entre una y otra televisión.** Esto se puede hacer por dos vías simultáneas: enseñando a "ver televisión" y empezando a incorporar paulatinamente algunos elementos espectaculares en la educativa sin que eso signifique la modificación de sus objetivos ni la tergiversación de sus mensajes. Enseñar a ver, estaríamos poniendo a los perceptores en situación de diferenciar uno y otro tipo de mensajes, y agudizando su capacidad crítica, en especial, respecto a los fines y objetivos de una y otra televisión porque incorporar algunos elementos espectaculares, significa acercar el manejo visual de la televisión educativa a la comercial.
- **Que el término de televisión educativo sea reformulado** según se marquen los objetivos y funciones de las políticas educativas actuales, pero que vayan más allá de mero marco académico y de la institución formal, puesto que el programa de tipo educativo no sólo es, como lo expuse en un capítulo, formal o didáctico destinado a proporcionar instrucción.

- Investigación, Promover la investigación en este campo.

¿De qué manera el pedagogo puede contribuir a que los medios de comunicación masiva puedan cumplir una función social más positiva?

Sin duda, es una labor muy difícil que se pueda dar en un plazo corto, requiere de gran constancia, dedicación y trabajo interdisciplinario de los profesionales relacionados con el medio.

La aportación profesionista puede estar dirigida al apoyo en la planeación y elaboración de mensajes que propicien (dentro de las limitaciones a que nos enfrentamos por la naturaleza de los medios) la participación, la reflexión y la crítica del que recibe los mensajes. Hay mucho por hacer respecto a la búsqueda de que dicha "comunicación" se vuelva menos vertical y sea reflejo de las necesidades e inquietudes del público, y no de intereses económicos y políticos, una comunicación que promueva otra ética y que no desvincule al receptor de su realidad por medio de la introducción de formas de vida.

Sería conveniente la participación del pedagogo en el análisis crítico del contenido de los medios de comunicación masiva, para aportar nuevas estrategias y no caer en los mismos esquemas de deformación. Aunque como dije anteriormente, cuando hablé del guión y al principio de este tema, no garantizaría la eficacia de una televisión educativa ya que dentro de nuestra formación existe sólo el manejo de medios, pero lo que si creo es

que debemos empezar a interesarnos, prepararnos académicamente y tratar de hacerlo.

Serían importantes las aportaciones del pedagogo con respecto a los elementos que intervienen en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Su colaboración pudiera ubicar también, en el proceso de investigación acerca de las formas de conducta, conocimiento, hábitos, normas morales, etc., que los individuos adquieren o modifican a través de los medios, para lograr una evaluación constante de la labor de éstos con el fin de corregir errores o encontrar nuevas alternativas.

Como vemos es un interesante reto para el pedagogo poder hacer del receptor una persona reflexiva y crítica, y de ser posible participativa y creadora de formas plenas de actividad. Para lograrlo, creemos en la televisión como un espléndido recurso al que cada día, la tecnología le añade mayores posibilidades.

BIBLIOGRAFIA

B I B L I O G R A F I A

- 1.- ACOSTA, Magdalena y Federico Dávalos, Televisión Universitaria I y II. México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 1986. 213 pp.
- 2.- ACOSTA, Magdalena, "La Televisión en la UNAM": Análisis de sus características principales a lo largo de tres décadas. " Ponencia presentada en los Foros Consultivos previos al Congreso Universitario. Cd. Universitaria, D.F., 1990. 12 pp.
- 3.- AGUILERA GAMONEDA, Joaquín de, Dimensión y Sistema de la Televisión Educativa. Madrid, España, Editora Nacional, 1975. 229 pp.
- 4.- ALVAREZ MANILLA, J. Manuel, et al., "Por qué La Televisión Educativa?", en Cuadernos del Centro de Didáctica. Vol. 1. Facultad de Medicina, UNAM, México, mayo-junio, 1976 núm. 5, pp. 20-57.
- 5.- BERELSON, Bernard, et al., Análisis de Contenido. México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Cuadernos de Extensión Universitaria, UNAM, 1984. 242 pp.
- 6.- BLAKE, Reed H. y Edwin O. Haroldsen, Taxonomía de conceptos de la comunicación. México, Nuevomar, 1983. 175 pp.

- 7.- BURKE, Richard C, Televisión en la Escuela. Circuito abierto y cerrado. México, PAX-México, 1983. 195 pp.
- 8.- CASSIRER, Henry, Televisión y enseñanza. 2a. ed., Buenos Aires, Solar Hachette, 1964. 313 pp.
- 9.- CORTES ROCHA, Carmen (Comp.), La escuela y los medios de comunicación masiva. México, El Caballito, 1986. 159 pp.
- 10.- COFFELT, Kenneth, Técnicas de la Televisión Educativa. Tr. Ramón Palazón. México, Pax-México, 1971. 63 pp.
- 11.- CREMOUX, Raúl, "Obstáculos de las tareas Pedagógicas de Televisión". Ponencia presentada en el Primer Coloquio sobre televisión en México. Comunicación Educativa. México, D.F. 13 pp.
- 12.- DUVERGER, Maurice, Métodos de las Ciencias Sociales. Barcelona, España, Ariel, 1983. 593 pp. (Col. DEMOS).
- 13.- Gaceta UNAM. (UNAM, México) años 1985, 1986, 1987, 1988, 1989, 1990.
- 14.- GARCIA Jiménez, Jesús, Televisión Educativa para América Latina. México, PORRUA, 1970. 359 pp.

- 15.- GATTEGNO, Caleb, Hacia una cultura visual. México, SEP-Diana, 1979. 149 pp.
- 16.- GORDON, George N., Televisión educativa. Tr. José Meza Nieto. México, UTEHA, 1966. 228 pp.
- 17.- HERRERO, Cebrián, Introducción al lenguaje de la televisión. Una perspectiva semiótica. España, Pirámide, 1978. 308 pp.
- 18.- KOENIG, Allen E. y Ruane B. Hill. Televisión educativa: presente y futuro. Tr. Roberto Juan Walton. Buenos Aires, Troquel, 1970. 355 pp.
- 19.- LARROYO, Francisco, Diccionario Porrúa de Pedagogía. México, Porrúa, 1982. 601 pp.
- 20.- La televisión educativa en México. México, SEP/CONSNET, 1985. 90 pp. Serie Comunicación educación y tecnología. Consejo del Sistema Nacional de Educación Tecnológica.
- 21.- La tecnología educativa. México, SEP/CONSNET, 1985. 90 pp. Serie Comunicación, educación y tecnología. Consejo del Sistema Nacional de Educación Tecnológica.
- 22.- Legislación Universitaria. 2a. ed. México, UNAM, 1987. 290 pp.

- 23.- MARTINEZ, Albertos José Luis, El mensaje informativo, periodismo en radio, t.v. y cine. Barcelona, España, A.T.E. 334 pp. (Col. Libros de Comunicación Social)
- 24.- MEDINA MARTINEZ, Sara R., La función educativa de Radio Universidad de México. México, Facultad de Filosofía y Letras, Colegio de Pedagogía, UNAM, 1973. 97 pp. Tesis.
- 25.- MOGUEL, Idolina, "Comunicación educativa". Ponencia presentada en el Primer coloquio sobre televisión en México. México, D.F. 18 pp.
- 26.- MONTOYA MARTIN DEL CAMPO, Alberto y Ma. Antonieta Rebell Corella, et. al., Televisión y Enseñanza Media en México, el caso de la Telesecundaria. México, Consejo Nacional Técnico de la Educación/Grupo de Estudios sobre el Funcionamiento de la Educación, 1983. 206 pp.
- 27.- OLE, R. Holsti. El análisis de contenido para las Ciencias Sociales y las Humanidades. México, Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 1972. (Núm. 69).

- 28.- OROZCO, Guillermo, Research on Cognitive Effects of Non-Educational TV: An Epistemological Discussion. Tr. Mercedes Charles. London, International Televisión Studies Conference, 1986. (Mimeo)
- 29.- PASTRANA ALVARADO, Norma E. y Lourdes Adame Goddard, Taller de Diseño y Guiones para programas educativos y culturales. México, ILCE.
- 30.- Perfiles Educativos. (Centro de Investigaciones y Servicios Educativos, UNAM, México), abril-mayo-junio 1987, Núm. 36, 64 pp.
- 31.- PRIETO, Daniel, Diseño y Comunicación. México, UAM-Kochimilco, 1982. 149 pp.
- 32.- PRIETO, Daniel, Elementos para el análisis de mensajes. México, ILCE, 1982. 186 pp.
- 33.- SPENCER, Rosa, Evaluación del material didáctico. México, HERMES, 1971. 141 pp.
- 34.- TORAN, L. Enrique, La información en televisión. Barcelona, España, MITRE, 1982. 143 pp.
- 35.- VILLEGIA, Susana, "La televisión destinada al consumo infantil". Ponencia presentada en Foro de Consulta Popular de Comunicación Social. Guadalajara, Jal., Mayo, 1983.