



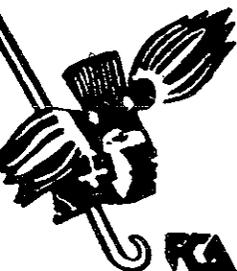
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

LA TELEVISION UNIVERSITARIA, UN  
CAMINO HACIA LA EDUCACION.

SEMINARIO DE INVESTIGACION  
ADMINISTRATIVA  
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:  
LICENCIADO EN ADMINISTRACION  
PRESENTA:  
JUANA GALICIA ORDOÑEZ

L.A. CARLOS MANUEL VILLELA DE LARA



MEXICO, D. F.

1999

ESIS CON  
A DE ORIGEN

227936



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**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 esta 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.

A MI AMIGO JESUS:  
POR ESTAR CONMIGO  
EN CADA INSTANTE DE MI EXISTENCIA  
FORTALECIENDO MI ESPIRITU Y MI SER.  
GRACIAS SEÑOR.

A MIS PADRES:  
POR TODO EL AMOR, LA TERNURA,  
EL APOYO Y LA DEDICACIÓN QUE ME  
HAN BRINDADO Y QUE HAN SIDO  
FUENTE DE INSPIRACIÓN Y DE  
ORGULLO.  
GRACIAS PAPAS.

A MIREYA Y A MI PEQUEÑA NAYELI:  
POR MOTIVARME A SEGUIR ADELANTE  
MEDIANTE EL CONSEJO OPORTUNO DE  
LA MEJOR DE LAS HERMANAS Y LA SONRISA  
INOCENTE DE SU HERMOSA HIJITA.  
GRACIAS PEQUEÑAS.

A MI NOVIO ALFREDO:  
POR EL AMOR, LA COMPRESIÓN  
Y EL APOYO INCONDICIONAL QUE HAN  
ESTADO PRESENTES EN CADA  
MOMENTO Y QUE ME HAN PERMITIDO  
ALBERGAR LA ALEGRÍA Y LA ESPERANZA  
EN ESTA RELACIÓN.  
GRACIAS AMOR.

AL MAESTRO CARLOS MANUEL VILLELA DE LARA:  
POR HABER REVISADO ESTE TRABAJO, ASI  
COMO POR LOS CONSEJOS Y ASESORÍA QUE ME  
BRINDO.

A LA UNAM Y A SUS PROFESORES :  
QUE EJERCEN LA ACTIVIDAD MÁS  
VALIOSA DE LA HUMANIDAD, ENSEÑAR  
Y FORMAR PROFESIONISTAS DE  
CALIDAD.

# I N D I C E

Introducción .....	Página
--------------------	--------

## CAPÍTULO 1: EL MARAVILLOSO INVENTO: LA TELEVISIÓN.

1.1 Un paseo a través de su historia.....	1
1.2 El viaje de la televisión en el mundo .....	9
1.2.3 Inglaterra .....	9
1.2.4 Estados Unidos .....	10
1.2.5 Francia.....	11
1.2.6 Alemania, Italia y la URSS .....	11
1.7 La gran aventura renace .....	12
1.3.8 Inglaterra y su éxito .....	12
1.3.9 El crecimiento de Estados Unidos .....	14
1.3.10 El pausado adelanto francés .....	15
1.3.11 ... Y en el resto del mundo.....	17

## CAPÍTULO 2: LA TELEVISIÓN EN MÉXICO.

2.1 La radio y el cine.....	19
2.2 La televisión.....	25
2.2.1 Televisa.....	35
2.3 Aspectos políticos, económicos y sociales .....	42

## CAPÍTULO 3: COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN.

3.1 Televisión educativa .....	57
3.2 Funciones y utilidad de la televisión educativa .....	63
3.3 Educación y diversión .....	65
3.4 Bases para la elaboración de los programas .....	67

3.5 Antes, durante y después de la emisión.....	70
3.6 El enfoque de sistema en la educación.....	73
3.7 El circuito cerrado.....	75
3.8 Televisión educativa gubernamental en México.....	77
3.8.9 Teleprimaria.....	79
3.8.10 Telesecundaria.....	81
3.11 Televisión educativa del sector privado en México.....	83

#### CAPÍTULO 4: T. V. UNAM

4.1 Antecedentes.....	91
4.2 La UNAM, Televisa y el Estado.....	108
4.3 Programa Universitario de Televisión (Proyecto 60).....	135

#### CAPÍTULO 5: LA FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN Y LA UNIDAD DE MÉTODOS AUDIOVISUALES.

5.1 Historia de la Facultad de Contaduría y Administración.....	147
5.2 La Unidad de Métodos Audiovisuales.....	155

#### CAPÍTULO 6: LA INVESTIGACIÓN:

6.1 Resultados estadísticos.....	170
6.2 Resultados de investigación de campo.....	174
6.3 Análisis de información obtenida.....	195
6.4 Comentarios y sugerencias.....	202

Anexos.....

Bibliografía.....

## INTRODUCCIÓN

¿Quién pudo imaginar que un día todos nuestros sentidos se concentrarían en la transmisión de un evento en donde millones de seres humanos se unirían mediante un aparato de imágenes y sonido?

Conforme la humanidad ha remontado la piedra y el metal, la rueda y el motor, caminando de la energía eléctrica a la energía atómica, se ha empeñado en descubrir los medios de comunicación que le permitan transmitir sus ideas, pensamientos y emociones, llegando así al suceso más importante que conmueve la historia de la comunicación humana, el advenimiento de la televisión.

Algo asombroso fue el contemplar imagen y sonido combinados para emprender un largo y profundo viaje de penetración en los distintos hogares de cada región.

Pero este espectacular descubrimiento no apareció por arte de magia, muchos fueron los esfuerzos que se realizaron para alcanzar tal fin, quizá el más grande factor que motivó al hombre para su realización fue su propia curiosidad y el afán de superarse y sobresalir.

Siempre se había soñado con estar en dos lugares distintos al mismo tiempo, o con poder presenciar, sin necesidad de estar en el sitio de los hechos, los acontecimientos que suceden al otro lado del mundo en tan sólo pequeños instantes, pues esto y mucho más permitió el majestuoso invento llamado televisión, que hizo realidad el sueño de todos aquéllos

que siempre confiaron en su propio ingenio. Así, la imaginación había logrado desvanecer el mural de lo imposible para convertirse en la más grande verdad de nuestros tiempos.

De esta manera, la comunicación traspasaba fronteras y el que la humanidad se mantuviera informada se había convertido en un gusto, y más que en un gusto, en una necesidad que dio origen a que la tecnología avanzara cada vez más llegando al grado de crear aparatos asombrosos como el teléfono celular, el fax, la computadora, y la aparición de lo que tiene maravillado al mundo entero, la red de redes, mejor conocida como INTERNET.

Todo esto permitió que se diera el fenómeno de la globalización, lo que hoy vemos en nuestro país también lo encontramos en otro rincón del mundo, por distante que este sea, o lo que en estos momentos podemos estar observando, escuchando o tal vez, hasta comprando, a miles de kilómetros se está proyectando en un televisor o en una computadora.

Esta era la meta, crear un aparato capaz de reproducir las maravillosas cualidades del ojo y del oído humanos, y pese a que el camino fue largo y difícil se logró alcanzarla, sin embargo, los años seguían su paso, y ya no bastaba con haber llegado al descubrimiento sino que ahora este se tenía que perfeccionar y adecuar al ritmo de las exigencias de la sociedad. El modo capitalista ha entrado a una lucha constante del todo por el todo, el poder por el poder mismo, la competencia es cada vez mayor y sólo subsisten aquellos que cuentan con una preparación integral. Es por esto, que la televisión tenía que dejar a un lado sus intereses comerciales que la habían acaparado y dar comienzo a otra de sus facetas históricas como lo es el apoyo a la educación mediante el televisor.

En México, se ha intentado hacer una televisión educativa, supuestamente para aquellos sectores de la sociedad donde el acceso a las escuelas y universidades es más difícil, o bien, para reforzar las cátedras que se imparten en estas últimas.

Con tal propósito, se han realizado programas de ayuda social enfocados a la niñez y juventud mexicana, entre estos se encuentran Teleprimaria y Telesecundaria.

Por otro lado, la Universidad Nacional Autónoma de México, ha participado con este enfoque, en la superación integral del individuo mediante la televisión universitaria (TV UNAM) y, por supuesto, la Facultad de Contaduría y Administración con su Unidad de Métodos Audiovisuales (UMA).

Por todo lo anterior, enfoco mi investigación al brillante mundo de la televisión educativa, porque considero que el éxito o el fracaso de una sociedad está en su educación, en la raíz misma de cada ser humano, en esa semilla que al ser regada con sabiduría y conocimientos dará el mejor fruto en beneficio de nuestra propia comunidad y tendrá el espíritu vigoroso para saber enfrentar los cambios desenfrenados del mundo actual; y porque me preocupa pensar que muchas veces los males de una sociedad radican en su pésima y mediocre educación.

Ahora bien, hablar de televisión educativa es abarcar todo un océano de conocimientos, por lo que mi intención es hacer un estudio que permita conocer las actividades desarrolladas por la Unidad de Métodos Audiovisuales y que por su temática, puedan integrarse a este tipo de televisión, así como el apoyo que ha proporcionado a la comunidad estudiantil de la Facultad y el grado de percepción por parte de esta

Cabe señalar, que a lo largo de este trabajo se manejarán los términos material y equipo. Entiéndase por material al conjunto de videos, documentales, cápsulas o programas que hayan sido elaborados por la UMA, y equipo a la parte física, es decir, a todo aparato con el que cuenta la Unidad, como videocaseteras, proyector de transparencias, de acetatos y de cuerpos opacos, e inclusive el circuito cerrado de televisión.

Por otro lado, es importante mencionar que se incluirá información de TV UNAM debido a que esta ha sido el resultado de una ardua labor de la UNAM, digna de reconocerse, en su afán por transmitir el conocimiento no sólo en sus aulas sino también a través de la pantalla chica, promoviendo la educación, y con esta, los “cimientos” de nuestra sociedad.

Esta investigación está orientada a obtener información que de respuesta a las siguientes preguntas:

¿Qué tanto la Unidad de Métodos Audiovisuales ha fomentado el desarrollo de una televisión educativa?

¿De qué manera la Unidad de Métodos Audiovisuales ha apoyado, en el presente año, a los estudiantes de la Facultad de Contaduría y Administración para que obtengan una mayor preparación académica y un adecuado desarrollo personal?

¿Cómo perciben los estudiantes de la FCA el apoyo que ha brindado la Unidad de Métodos Audiovisuales durante este año?

El objetivo fundamental de este trabajo es el de investigar si la UMA está orientada al desarrollo de una televisión educativa que respalde, fortalezca y apoye tanto las actividades de la Facultad como a sus alumnos.

También es preciso conocer ciertos aspectos entre los que destacan la opinión de la comunidad de la FCA en cuanto a los beneficios que han recibido por parte de la UMA, la frecuencia con la que se actualiza el material realizado por esta Unidad, el o los medios que se han utilizado para conocer las necesidades académicas de los estudiantes, así como sus alcances y limitaciones de la UMA.

Ya que se presupone, que la manera en como la UMA ha apoyado tanto a las actividades propias de la FCA como a su comunidad estudiantil, ha sido la más conveniente debido a que se han realizado perfectas ilustraciones de las cátedras que se imparten en esta Facultad, actualizándose cada vez que se requiere, permitiendo que los alumnos asimilen de una forma rápida y fácil los conocimientos previamente transmitidos por sus profesores, así como también, se ha logrado un desarrollo personal óptimo entre los jóvenes de la Facultad, quienes consideran que la UMA ha utilizado los mejores métodos pedagógicos para la enseñanza y que están orientados a las necesidades y deseos de los universitarios de este tiempo.

Por lo anterior, esta investigación es de tipo documental y de campo. La primera, está respaldada por material bibliográfico y hemerográfico, así como también se recurrió a obtener información vía Internet.

El material bibliográfico fue consultado en la Biblioteca de la Facultad de Contaduría y Administración, en la Biblioteca Nacional de México, en la Biblioteca de la ENEP Aragón y en las instalaciones de TV UNAM, realizándose fichas de trabajo con los datos más relevantes de este tema.

En cuanto al material hemerográfico, los periódicos más consultados fueron El Universal y La Jornada.

Y por último, se consultó la página de WEB de la Facultad. Toda la información recopilada fue clasificada y analizada tomando en cuenta las fechas para determinar su relevancia y vigencia.

Por otro lado, la investigación de campo se realizó mediante entrevistas al Lic. Jorge M. Linares Olguin, Subdirector de Planeación y Organización de TV UNAM y al Lic. Alberto Cacicque Cruz, de la Unidad de Métodos Audiovisuales, quienes amablemente aportaron la información y el material requerido para este trabajo. Además, se aplicó una encuesta a una muestra representativa de los alumnos de décimo semestre del turno matutino del periodo 99-2 de las carreras de Administración, Contaduría e Informática impartidas en la Facultad.

Es decir, que de 2,676 alumnos de décimo semestre, sólo 1,004 fueron considerados para la muestra, de estos, 497 pertenecían a la carrera de Administración, 475 a la de Contaduría y 32 a la de Informática.

El tipo de muestreo que se aplicó fue el estratificado con la finalidad de obtener representatividad de las tres carreras. En cada una de estas, se seleccionó una muestra cuya suma representó la muestra total. Cabe señalar, que el análisis de los datos se llevó a cabo de manera global, ya que como se señaló anteriormente, se seleccionó este tipo de muestreo para dar la misma oportunidad de expresión a un número equitativo de alumnos de las carreras mencionadas, ya que no existe ninguna diferencia significativa entre la población de la Facultad que impida realizar tal procedimiento.

Posteriormente, se eligió la fórmula que permitiría la obtención de cada muestra, la cual fue para una población finita ya que se contaba con el dato preciso para tal efecto.

Una vez que se realizó lo anterior, se prosiguió a la elaboración del cuestionario (Apéndice I). Este se conformó de 11 preguntas con una combinación de preguntas abiertas, cerradas y de respuesta múltiple, esto con la finalidad de obtener información específica que permitiera, por un lado, su análisis, pero por el otro, la expresión de ideas, inconformidades, necesidades y/o deseos que mediante este trabajo puedan ser atendidos.

Al recopilarse la información, el paso siguiente consistió en cerrar las preguntas abiertas en base a la frecuencia que tuvieron algunas respuestas y a la selección de las mismas, así cada pregunta abierta se dividió en diferentes categorías lo que facilitó su codificación al igual que en las preguntas cerradas o de opción múltiple.

También se codificaron datos personales de los encuestados como lo fueron la edad y el sexo para contar con un mayor control de los resultados y con información de apoyo.

Posteriormente, se realizó la tabulación (Apéndice II) donde aparece la pregunta con sus respectivas opciones y el número de cuestionario.

En base a la tabulación, se prosiguió a obtener los porcentajes correspondientes (Apéndice III) que permitirían la presentación gráfica de los resultados, lo que su vez facilitaría el análisis de la información, es decir, relacionar los porcentajes con las categorías de cada pregunta.

Una vez hecho todo el procedimiento anterior, se continuó con la presentación de comentarios y sugerencias que se espera sean de ayuda para determinadas situaciones.

Esta investigación se compone de seis capítulos, cada uno de los cuales se integra de subtemas que lo sustentan.

En el capítulo primero se presenta la historia de la televisión. Sus inicios y sus alcances en el mundo se muestran de una manera sintetizada, resaltando los países donde tuvo mayor estímulo y crecimiento.

El capítulo dos se enfoca básicamente al desarrollo de la televisión en nuestro país, mencionando algunos aspectos de lo que fue el cine y la radio desde la década de los '20 a la década de los '40. Asimismo, se hace mención del monopolio más poderoso y grande que se consolidó cuyo nombre es Televisa. También se incluye un apartado para los acontecimientos políticos, económicos y sociales que se originaron a partir del sexenio del presidente Lázaro Cárdenas al de Carlos Salinas de Gortari.

En el capítulo tres se conjuntan televisión y educación por lo que es en este donde se define a la televisión educativa y todo lo que esta implica como son sus funciones, su utilidad, la elaboración de programas, lo que implica una emisión, así como otros enfoques como lo es el circuito cerrado. También se plantea la disyuntiva entre educación y diversión, además se presenta la intervención tanto del Estado como del sector privado en este tipo de televisión.

El capítulo cuatro está dedicado completamente a TV UNAM desde sus antecedentes hasta su consolidación como tal. Aquí se muestra la relación que tuvo con el gobierno y con Televisa, así como los problemas que se han presentado a lo largo de varios años, y sus alcances tanto internos como externos.

El capítulo cinco está integrado por información referente a la Facultad y a la UMA, aquí se presenta el inicio, desarrollo, logros y proyecciones de ambas.

Y finalmente, en el capítulo seis se exponen los resultados de la investigación de campo, desde la obtención de la muestra hasta los comentarios y sugerencias que se originaron como consecuencia del análisis de la información obtenida.

Básicamente, esta es la forma en como ha sido estructurado este trabajo, lo cual ha permitido encontrar la respuesta a las inquietudes que originaron la elección del tema.

Por último, sólo se agregarán las siguientes palabras de uno de los autores consultados: “La televisión puede dejar de ser, como Hollywood, una rueca de hilar sueños para convertirse en fábrica de pesadillas, pero bien orientada puede ser un poderoso vehículo del pensamiento humano y un mensajero de buena voluntad entre los hombres y los pueblos”.

# CAPÍTULO 1. EL MARAVILLOSO INVENTO: LA TELEVISIÓN

## 1.1 UN PASEO A TRAVÉS DE SU HISTORIA.

Como muchos otros inventos que se han suscitado a lo largo de la historia de la humanidad, la televisión fue el resultado de largos años de investigación que desembocaron en grandes descubrimientos científicos y técnicos que revolucionaron nuestra existencia, tal es el caso del cine, la fotografía, el fonógrafo, el teléfono, el telégrafo, la radio, etc., por mencionar sólo algunos.

La palabra televisión se deriva del griego *tele* que significa “lejos”, y del latín *videre*, que significa “ver”. Televisión, es pues, “ver lejos”. Video que con frecuencia se usa en lugar de televisión o TV, significa en latín “yo veo”.<sup>1</sup>

La televisión fue la consecuencia de intentos y fracasos, de sueños y realidades, de ciencia y ficción. Muchos fueron los que intervinieron en su desarrollo, quizá en diferente espacio y tiempo, pero todos y cada uno de ellos crearon una pieza del gran “rompecabezas” para que alguien, en el momento preciso, uniera cada una de sus partes y diera origen al esplendoroso y mágico aparato que tan sólo con oprimir un botón nos transporta a diversos lugares del globo terráqueo o nos permite disfrutar de un buen programa cultural o deportivo, entre otras cosas, por lo que hoy se puede afirmar que aquél sueño prodigioso que un día tuvo el hombre se convirtió en su más fantástica realidad.

---

<sup>1</sup> Charles I. Coombs, *Ventana al mundo. Cómo se producen los programas de televisión*, pág. 2

Hoy estamos tan acostumbrados a los modernos medios de comunicación que nos parece tan natural servirnos de ellos, pero ¿qué hay detrás de cada uno de éstos? nos parece imposible un mundo en donde todos estos aparatos no se hallasen.

Antiguamente los hombres tenían que trasladarse a pie o a caballo para poder comunicarse, pero esto, implicaba molestias por la tardanza de los mensajes, y por consiguiente, una pérdida de tiempo impresionante.

Más tarde, se idearon diversos sistemas de comunicación como las señales de humo o con antorchas, otros más ingeniosos y complicados fueron el telégrafo óptico del físico francés **Guillaume Amontons** o el telégrafo aéreo inventado en 1791 por el clérigo **Claude Chappe**, de la misma nacionalidad que el anterior, estos consistían en transmitir señales hechas desde lugares elevados, cada una de las cuales equivalía a una letra del alfabeto. Estas señales eran leídas con un anteojo desde otro punto alejado y transmitidas de igual modo hasta el siguiente.

Pero estos sistemas estaban supeditados a condiciones climáticas, por lo que su éxito o fracaso dependía de la lluvia, la neblina, el aire, etc., además sólo se podían enviar pequeños mensajes. En base a esto, se puede decir que todavía a finales del siglo XVIII las comunicaciones a distancia estaban muy atrasadas

Cuando el italiano **Alessandro Volta** descubrió la pila generadora de electricidad en 1801, las técnicas de telecomunicación tuvieron un gran impulso, de aquí, se derivaron una serie de experimentos en telegrafía eléctrica dando como resultado el nacimiento de la telecomunicación moderna.

Pocos años después, en 1817, el químico sueco **Berzelius** descubrió y logró aislar el selenio. Este metaloide es semejante al azufre y tienen la particularidad de que en él aumenta o

disminuye su conductividad eléctrica según el grado de luminosidad que recibe. Este resultado ser un importante elemento en los intentos de televisión llevados a cabo posteriormente, por lo que hay quienes opinan (en particular los suecos) que a **Berzelius** se le debe de considerar como el “padre de la televisión”.

Más tarde, en **1838**, el norteamericano **Samuel Morse** logró la primera transmisión por cables y en **1864** el escocés **James Clerk Maxwell (1831-1879)** estableció su teoría de conjunto de las ondas electromagnéticas, en donde demostró su relación con las ondas luminosas. Pero, sin duda, uno de los descubrimientos más interesantes fue el que se logró en el año de **1870** cuando **William Crookes** obtuvo los rayos catódicos, base para la televisión electrónica.

A cincuenta y seis años de que **Berzelius** había realizado su descubrimiento, en **1873**, el telegrafista irlandés **May** estableció las propiedades del experimento de **Berzelius** al observar que las agujas de los instrumentos de medición de su estación telegráfica se movían con fuerza cada vez que el se interponía entre la luz solar y las resistencias del equipo teleográfico, esto era resultado del selenio, pero su descubridor nunca sospechó la utilidad de su hallazgo.

Tres años después, en **1876** aparece el teléfono, inventado por **Alexander Graham Bell**, este fue el primer sistema que logró transmitir mediante medios electrónicos, la voz humana a una distancia considerable. También por aquel tiempo, se comenzó a enviar a través de cables dibujos e información gráfica.

Alrededor de **1880**, se descubrió que al chocar los rayos luminosos contra el selenio u otras sustancias, como el potasio o el sodio, tenía lugar una emisión de electrones, comprobándose también que esta emisión era proporcional al grado de intensidad de estos

rayos. El estudio de este fenómeno, hoy conocido como “*efecto fotoeléctrico*”, dio lugar a que algunos científicos pensarán en la posibilidad de transmitir imágenes en forma distinta a las empleadas por los sistemas alámbricos de fototelegrafía.

Uno de los científicos que confió en este proyecto fue **G.R. Carey**, quien comprendió la semejanza que existía entre las propiedades del selenio y el mecanismo del ojo humano. Lo que hizo, fue tratar de imitar el funcionamiento de este, sirviéndose de medios eléctricos.

Pero los resultados no fueron muy alentadores, este sistema al igual que otros similares, fracasó sirviendo únicamente para transmitir imágenes simples e inmóviles.

A pesar de que se habían realizado una serie de estudios para lograr obtener el producto final, no se había logrado mucho, no hasta **1883**, año en que se dio un paso histórico: un joven estudiante alemán de tan sólo 23 años de edad cuyo nombre era **Paul Nipkow (1860-1940)** tuvo la ingeniosa idea de inventar un disco (delgada placa circular perforada en espiral) con pequeños agujeros que, al girar “leía” la imagen línea por línea, es decir, la imagen quedaba completamente explorada y descompuesta en puntos luminosos, al incidir estos puntos sobre una célula de selenio colocada al efecto, eran convertidos en impulsos eléctricos de intensidad correspondiente al grado de luminosidad de los anteriores.

El equipo receptor realizaba la operación a la inversa. Los impulsos eléctricos llegaban hasta una fuente de luz y se convertían nuevamente en vibraciones lumínicas que pasaban por los agujeros de otro disco. Este nuevo disco similar al primero y girando en perfecto sincronismo con él, integraba de nuevo la imagen en sí misma o en una pantalla <sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> R. Salas, *Televisión en negro y en color*, pág.12.

Unos meses después, el **6 de marzo de 1884**, **Paul Nipkow** patentaba su invento: el primer registrador mecánico de imágenes, hoy conocido como “*disco de Nipkow*”, de aquí, que se le atribuya la paternidad de la televisión.

Sin embargo, su invento tampoco funcionó, **Nipkow** se había adelantado a su tiempo y muchos elementos que eran necesarios para que su hallazgo se activara no habían sido descubiertos aún o estaban en proceso de experimentación.

Tres años más tarde se descubrieron las ondas electromagnéticas por el ingeniero alemán **Heinrich Rudolf Hertz (1857-1894)**. **Hertz** realizó con éxito las primeras experiencias que probaban las teorías de **Maxwell** produciendo ondas hertzianas.

Sus descubrimientos rápidamente fueron estudiados en casi todas partes del mundo. En París, completando las ideas del italiano **Onesti Eduardo Branly (1844-1940)** perfeccionó en **1890** un aparato detector de ondas hertzianas que con el nombre de cohesor o de radio conductor, fue el instrumento indispensable para todos los demás investigadores en los años siguientes, como por ejemplo, para el científico ruso **Alejandro Popov (1852- 1906)**, quien perfeccionó una antena para captar las tormentas.

En **1896** el joven estudiante italiano **Guillermo Marconi (1874-1937)** supo coordinar todas las técnicas estudiadas por otros investigadores y junto con **Popov** inventaron la comunicación inalámbrica, siendo esto posible gracias a las ondas electromagnéticas o hertzianas

Un año más tarde, en **1897**, dos físicos alemanes se interesaron por el descubrimiento de **Crookes** y encontraron algunas aplicaciones para los rayos catódicos, mientras que **Wilhelm Konrad Roentgen** descubrió los rayos “X” y **Karl Ferdinand Braun** construyó el primer

tubo de rayos catódicos, llamado “oscilógrafo” o “tubo de Braun”, resultando ser el idóneo como aparato receptor de televisión

Ahora bien, el progreso de la comunicación inalámbrica permitió el auge de otro nuevo descubrimiento que impactaría al mundo de las telecomunicaciones: la radio. Por primera ocasión, **Marconi** podía transmitir ondas de radio a través de una distancia corta, y exactamente el **12 de diciembre de 1901** realizó su primer enlace. Poco después, en **1907** se lleva a cabo una transmisión trasatlántica permanente.

Otro adelanto que también se vio favorecido por las ondas hertzianas fue la telefotografía, realizada tras múltiples intentos por el alemán **Arthur Korn (1870-1945)**, quien en este mismo año logró un primer enlace Berlín- París, y por el ingeniero francés **Eugene Belin (1876-1963)**. Esto facilitó los envíos de fotografías, dibujos y documentos.

Por otra parte, el alemán **Karl Braun** comparte en **1909** el premio Nobel con Marconi por los rayos y el oscilógrafo catódicos.

Con respecto a **Eugene Belin**, este se dedicó a perfeccionar la telefotografía, por lo que en **1911** su belinógrafo estaba listo para difundir rápidamente (doce minutos para una foto de 13 \* 18 cm) el facsímil de fotos de actualidad para los periódicos.

Por otro lado, y retomando el invento de **Karl Braun** (el oscilógrafo o tubo de Braun), es importante mencionar que este tenía la propiedad de convertir los impulsos eléctricos en señales visibles sobre una pantalla; sin embargo, era necesario modificarle ciertos aspectos y construir otro tubo que realizara la operación contraria, es decir, que convirtiera las imágenes en impulsos eléctricos, pero para que esto ocurriera, tuvieron que pasar algunos años en los cuales ciertos investigadores aportaron nuevas ideas.

Entre los figuran los **Rosing** y **Campbell** con sus osciloscopios, pero sobre todo, el más importante fue el investigador ruso-americano **Vladimir Kosma Zworykin** que en 1923 solicitó en Estados Unidos una patente para un tubo de rayos catódicos mejor conocido como “iconoscopio”.

Este descubrimiento no pudo usarse hasta diez o doce años después de su aparición, esto significó el punto de partida de la moderna televisión catódica. Es al mismo tiempo captador y emisor de imágenes y junto con el “cinescopio” o “kinescopio”, tubo receptor y reproductor de imágenes, inventado también por Zworykin, constituye el elemento fundamental de los modernos equipos televisores.

Hasta aquí, se había descubierto cada uno de los elementos que más tarde darían vida al fruto esperado, pero no fue hasta que en Londres, un hombre llamado **John Logie Baird** (1888-1946) con un rudimentario disco de Nipkow y un aparato receptor fabricado con una caja vacía de té, algunos trozos de cable y unas lentes de un faro de bicicleta, logró transmitir la imagen de “Bill”, un muñeco de ventrílocuo, y después la del botones William Taynton. Esto sucedió el **2 de octubre de 1925** dando cabida al sueño más fantástico del hombre que se había logrado alcanzar: la televisión había nacido.

A partir de esta fecha, los éxitos de **Baird** no se hicieron esperar, por lo que un año más tarde, el **27 de enero**, efectuó una demostración de su invento ante cincuenta miembros de la Royal Institution y un grupo de periodistas; los periódicos de todo el mundo dieron la noticia del gran acontecimiento. También a finales de este mismo año, aplicó los rayos infrarrojos para televisar imágenes en la oscuridad.

En el año de **1927**, **Baird** tuvo que luchar contra las distancias, las cuales aumentaban poco a poco en sus transmisiones, por lo que en mayo de este año, utilizando dos líneas telefónicas, una para la imagen y la otra para el sonido, logró transmitir una escena de Londres. Pero fue hasta el año siguiente, cuando ganó la batalla, el **9 de febrero de 1928**, usando un transmisor de onda corta, logró enviar imágenes radiales desde la estación inglesa de Coulson hasta la de Hartsdale, en Norteamérica. Un mes más tarde, el **7 de marzo**, efectuó una transmisión parecida, pero transmitiendo las imágenes hasta el barco de carga “Berengaria”, en ruta entonces por el Atlántico.

También en este año, realizó su primer ensayo de imagen a la luz del día, y llevó a cabo su primer experimento de televisión en colores, además, transmitió imágenes estereoscópicas, que vistas con unas gafas especiales dieron lugar a las primeras imágenes televisadas en relieve.

Para **1929**, **Baird** había formado su propia compañía la “Baird Television Ltd”, quien recibió apoyo del gobierno estadounidense a través de la estación de televisión llamada la British Broadcasting Corporation (BBC).

Con todo esto, **Baird** tuvo interesantes progresos como el aplicar el sonido a las imágenes y mejorar la definición de estas, también ofreció algunas emisiones espectaculares; sin embargo, la supremacía que hasta entonces había tenido la televisión inglesa, estaba a punto de terminar ya que Estados Unidos, Alemania, Rusia y Francia habían comenzado a emitir sus programas, por otro lado, el sistema de exploración mecánica que **Baird** utilizó, comenzaba a decaer debido a que el mundo había despertado de un largo y profundo sueño y lo que deseaba en ese momento era perfeccionar lo ya hecho y descubrir otros eslabones que le permitieran penetrar en otros horizontes del saber humano.

## 1.2 EL VIAJE DE LA TELEVISIÓN EN EL MUNDO.

### 1.2.1 INGLATERRA

El televisor de **Baird**, que fue perfeccionado en **1925**, obtuvo una primera licencia experimental en **1925**, y en octubre de **1928** se inauguró mediante una transmisión de televisión experimental de imágenes fijas.

Un año más tarde y hasta el **5 de febrero de 1937**, **Baird** animó un programa que posteriormente fue abandonado por la BBC, esto como consecuencia de los trabajos realizados por el investigador estadounidense **Mac Gee**, (quien recibía el apoyo de Marconi mediante su empresa Electric Musical Industrie), que se basaban en técnicas similares a las del iconoscopio, logrando así, realizar un sistema de televisión mucho más fiable y perfeccionado, por lo que desde **abril de 1933** fue reconocido por los especialistas dando lugar a que la BBC decidiera lanzar un programa desde la casa de la Radio el **2 de noviembre de 1936**.

En este mismo año, con los primeros experimentos en los que se usaron el disco de **Nipkow** en unión con células fotoeléctricas, se logró obtener increíbles mejoras de un sistema mecánico que lograba una definición moderada, sin embargo, era de comprenderse que para alcanzar un sistema perfecto era necesario desprenderse de los dispositivos mecánicos y adoptar los eléctricos que contaban con una mayor velocidad.

En **1934** el iconoscopio de **Zworykin** proporcionaba ya buenos resultados: en **1935** se logró una reproducción bastante aceptable, en **1936** se inauguró oficialmente un servicio de

televisión de alta definición desde Alexandra Palace; de Londres, y el **12 de mayo** del año siguiente, tuvo lugar la primera emisión lanzada por el servicio de televisión.

En **1939**, la región londinense contaba con veinticuatro horas de programación semanal, transmitiéndose grandes reportajes en el exterior. Pero el **1º de septiembre** de este mismo año, la guerra obscurecía el panorama. No obstante, a pesar de los acontecimientos, los ingleses tenían la mejor y más experimentada de las televisiones.

### 1.2.2. ESTADOS UNIDOS.

La primera transmisión oficial que se llevó a cabo en los Estados Unidos fue en **1926**. Al año siguiente, la compañía Bell Telephone logró transmitir imágenes por radio a una distancia de unos 45 km. y por cable telefónico desde Nueva York hasta Washington.

Por aquel tiempo, la radio estaba en pleno auge, había un gran número de estaciones, por lo que, para evitar que hubiera una interferencia en la comunicación, el Congreso expidió en **1927** la ley de Radio, siendo la autoridad federal la encargada de asignar frecuencias, de hacer cumplir las normas mínimas de operación y de expedir las licencias de funcionamiento de las estaciones; esto fue aplicado posteriormente también a la televisión.

En **1934** se creó la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC), compuesta por siete miembros, y cuya función refiere a la regulación general de las emisiones, fueran visuales o sonoras. La FCC es la encargada de dar licencias y asignar frecuencias específicas y potencia, coordina los horarios de funcionamiento de las estaciones, les asigna sus letras distintivas y en

general, es la autoridad de las ondas. Su objetivo principal es que la radio y la televisión operen en beneficio del interés público.<sup>3</sup>

El tiempo transcurría y fue hasta el **3 de mayo de 1941**, cuando la FFC concedió licencias a las estaciones comerciales; pero la guerra se veía venir y a finales de este año, Estados Unidos entra al combate, por lo que en **1942** la televisión de este país queda inmóvil, debido a que la industria electrónica tenía que concentrarse en la producción de equipos militares. Estados Unidos queda “adormilado” por un tiempo.

### 1.2.3. FRANCIA.

En **1927**, René **Barthélemy** (1889-1954) trabajó sobre el sistema Baird, logrando así, que el **14 de abril de 1931** se realizará la primera transmisión.

En **diciembre de 1932** se llevó a cabo un programa experimental de una hora por semana, cuyo nombre era: París-Télévision, y bajo el apoyo del ministro de correos Georges Mandel, pudo instalar en **abril de 1935** un auténtico estudio.

La televisión francesa podía ser comparada con la televisión inglesa, sin embargo, la sombra de la guerra amenazaba su porvenir, opacándola en **septiembre de 1939**, año en que Francia se incorpora a l combate.

### 1.2.4. ALEMANIA, ITALIA Y LA URSS.

En otras partes del mundo, también se conjuntaban esfuerzos para obtener los beneficios del nuevo invento, por lo que en **1936** en Alemania, se transmitieron los Juegos

---

<sup>3</sup> Charles I. Coombs, *op. cit.* Pág.4

Olímpicos de Berlín, los cuales fueron observados por seis grandes ciudades. En cuanto a Italia se refiere, en 1940, existía una televisión experimental.

Con respecto a la URSS, las primeras experiencias datan del 1° de octubre de 1937. Aquí se contaba con dos estaciones equipadas con material electrónico que fueron construidas en Moscú y en Leningrado.

### **1.3 LA GRAN AVENTURA RENACE.**

Después de la guerra, la televisión comenzó nuevamente, su desarrollo dependía del adelanto de cada una de las naciones. No obstante, durante el tiempo en que el mundo estuvo peleando, un avance técnico se registró facilitando la expansión del material radiofónico y el perfeccionamiento de las cámaras electrónicas debido al perfeccionamiento de los tubos iconoscópicos. Esto permitió, que muy pronto, el gran viaje a lo fantástico iniciara su despegue.

Las primeras emisiones postbélicas, europeas tuvieron lugar en Rusia, luego siguieron las emisiones inglesas y francesas. Y después las de los demás países que, a pesar de que anteriormente no se había introducido en el mundo de la televisión, o de la situación desastrosa en que la guerra los había dejado, no tardaron muchos años en imitar a los anteriores.

#### **1.3.1 INGLATERRA Y SU ÉXITO**

El 7 de junio de 1946 la BBC retomó sus emisiones. El desarrollo fue lento ya que fue hasta el 11 de octubre de 1948 cuando se llevó a cabo la primera emisión. La televisión que se

ofrecía era de contenido un tanto deficiente, sus locutores no eran periodistas y por lo tanto, no estaban capacitados para llevar la conducción.

Se “exprimían” los dramas de la literatura británica y sus programas de entretenimiento no contaban con esa chispa de vitalidad, sin embargo, en lo que trataban de apoyarse era de todo aquello que estaba relacionado con el deporte y con las ceremonias oficiales.

Cuatro años más tarde, se recibió la primera emisión pública de televisión desde París y el **2 de junio de 1953**, la coronación de la reyna Isabel II de Inglaterra marcó el nacimiento de la Eurovisión, con la primera transmisión a toda Europa.

De este modo, quedó inaugurada la Eurovisión, efectuándose del **6 de junio al 4 de julio de 1954**. El primer intercambio de programas con el continente europeo, que contenía 17 programas internacionales con la participación de ocho países.

Por otro lado, durante este año, habían comenzado las discusiones por quien llevaría el mando de la nueva cadena que se formaría, llegando a la conclusión de que la más indicada para realizar tal trabajo era la Independat Television Authority (ITA), de esta manera se destruyó el monopolio de la BBC.

La ITA concedió a catorce empresas regionales privadas la posibilidad de producir los programas individualmente o mediante asociaciones; obteniendo, estas últimas, sus recursos de la publicidad, y así fue como el **22 de septiembre de 1955** comienzan sus emisiones.

Los programas de la ITA pronto adoptaron el estilo yanqui, su éxito fue bastante grande, al grado de estimular las ventas de algunos aparatos, complaciendo, a la vez, al pueblo en general.

### 1.3.2 EL CRECIMIENTO DE ESTADOS UNIDOS

En 1947, la FFC impuso una normalización técnica, iniciándose así la expansión en enero de 1948 con 17 estaciones en ocho ciudades, alcanzando en enero de 1950 97 en 36 ciudades, por lo que en 1955, el extenso territorio estadounidense estaba casi cubierto.

Simultáneamente, se desarrollaba la publicidad, la cual era la que financiaba los programas que entretenían a las ciudadanos.

Mientras tanto, las reglas contra la concentración, que prohibían a una misma empresa obtener más de siete estaciones, hacía que las grandes sociedades de la radiodifusión no pudieran instalar sus estaciones más que en las ciudades grandes, por lo que estas ofrecían sus programas a las otras estaciones afiliadas.

En este terreno, eran sólo tres redes las que controlaban la totalidad de los canales comerciales, siendo estas las siguientes: la American Broadcasting Corporation (ABC), esta se encontraba con un pequeño atraso en relación con las otras dos, la National Broadcasting Corporation (NBC), y la Columbia Broadcasting Corporation (CBS). Estas tres empresas eran las que, por un lado, dominaban el mercado y por el otro, las que crecían cada vez más debido al éxito de la televisión en el resto del mundo.

Por otra parte, el código de la National Association of Radio Television Broadcasting, aceptado en 1952 por todas las estaciones, impuso las emisiones de anuncios publicitarios hasta el 20% del tiempo en las horas de mayor audiencia

Para poder precisar esto último se empleaban los *ratings*, que no es otra cosa más que indicadores de audiencia que determinan la conservación o desaparición de las emisiones, y

presionaban a las estaciones para que hicieran programas capaces de retener al mayor número de espectadores frente a un televisor.

El papel que desempeñó la televisión en lo sucesivo fue trascendental debido a que se proyectaban los problemas políticos que acongojaban al país, así como también las campañas electorales, entre las cuales destaca la de Kennedy contra Nixon en 1960; sin embargo, la mayor concentración de audiencia se registraba de las emisiones de juegos, a los shows de variedades y a las novelas.

Pero esto implicó que las grandes compañías de cine no aceptaran (en un principio) el éxito de tan maravilloso aparato; no obstante, a finales de la década de los 50, se vieron obligadas a confiarle sus films, elaborando más tarde los telefilms.

Esta situación propició que el pueblo americano rechazara las emisiones de mejor nivel cultural o de reflexión política.

Unos años más tarde, se alcanzó otro peldaño importante en la historia de la comunicación internacional de sonido e imagen al ser lanzado en Cabo Cañaveral, hoy Cabo Kennedy, el 10 de julio de 1962 el satélite de comunicaciones “*Telstar*”. Mediante este, quedó colocada en órbita la primera estación repetidora automática de televisión para servicio mundial, que permitiría sin mayor esfuerzo que el de encender el televisor, que el mundo observara al mismo instante la bandera estadounidense ondeando en Washington.

### 1.3.3. EL PAUSADO ADELANTO FRANCÉS.

En París la televisión reanudó sus emisiones en abril de 1943 bajo la dirección alemana para servir algunas decenas de receptoras instalados en los hospitales y en los centros de salud,

por lo que en mayo de 1944 emitía catorce horas por día.

El 24 de marzo del año siguiente, después de una emisión experimental los equipos mantuvieron algunos estudios en actividad y a prueba con algunas transmisiones.

Para octubre de 1947, la programación se había regularizado con doce horas por semana, por lo que en 1949 se contaba ya con 819 líneas perfeccionadas por Henri de France, este fue el paso decisivo que marcó el comienzo de la nueva televisión. En este mismo año, el periódico televisado, que en enero salía tres veces por semana, llegó a ser diario para el mes de octubre, y para noviembre fue dos veces por día.

La duración semanal de los programas pasó de 20 horas en 1950 a 34 en 1953 y a unas 50 en 1960, como puede apreciarse el desarrollo fue lento debido a que el presupuesto que en 1953 no era autónomo con respecto al de la radio, era sumamente limitado, y por consiguiente la infraestructura con la que se contaba era insuficiente.

Sin embargo, durante los años de 1952 a 1959, se logró ofrecer a los franceses programas de calidad, esto a pesar de las limitaciones que se hacían presentes por la falta de medios.

Grandes emisiones de variedades, de cultura, glamurosas obras de teatro, reportajes deportivos, así como también documentales de diversos tipos daban vida a un conjunto bastante equilibrado en donde los films y el material de información o de discusión eran escasos.

En 1957 la recuperación de los inmensos estudios "Gaumont" permitió que la televisión francesa tuviera un medio de trabajo a la medida de su importancia.

### 1.3.4....Y EN EL RESTO DEL MUNDO...

En Alemania quienes patrocinaron el renacimiento de la televisión fueron los institutos de radio en Hamburgo, el **27 de noviembre de 1950**; en Berlín, el **11 de octubre de 1951**; en Colonia, el **12 de septiembre de 1952**, fecha en que se inauguró el programa nacional asegurado por una asociación entre las tres primeras estaciones regionales.

En Italia, la RAI se interesó también en la televisión a partir de **1949**. Los primeros programas fueron emitidos en **1952** en Milán y en Turín, pero fue hasta **enero de 1954** cuando se lanzaron los verdaderos programas nacionales.

En la otra cara de la moneda, se encuentra el "modelo soviético", cuya televisión también adquiere grandes logros una vez terminada la Segunda Guerra Mundial. En la URSS, los estudios de Moscú fueron reinaugurados el **5 de mayo de 1945**, los de Leningrado en **1950** y los de Kiev en **1960**.

Y es precisamente en este año cuando los televisores se multiplicaron, de 15 mil en **1950**, llegan a casi 5 millones en **1960**; a 35 millones, diez años después, y a 77 millones en **1980**. Prácticamente, todos los programas emitidos son a color. Desde un moderno centro de televisión, cuya torre alcanza los 533 metros, se lanzan las ondas a la inmensa extensión territorial de la URSS, mediante cuatro canales.

El primero y más antiguo comienza a difundir desde **1940** a todo el territorio. Transmite, en promedio, unas 13 horas diarias, y algunos programas se transmiten diferidos, tomando en consideración la diferencia de tiempo entre el este y el oeste.

Un segundo canal, fundado en 1956, constituye una cadena regional que transmite en horario diferido a cada una de las quince repúblicas que integran la URSS, y en diferentes idiomas.

Preocupados por la educación, los soviéticos crearon, desde 1965 un tercer canal, que transmite entre seis y siete horas por día programas educativos, también en diferentes lenguas, aunque algunos de ellos con alcance nacional.

Desde 1972 funciona un cuarto canal cultural y deportivo cuyo alcance es limitado, pues sólo llega a la población de la república de Rusia.

El recorrido realizado a través de la historia de la televisión en los países mencionados, marca la pauta para poder escalar hacia nuevos horizontes que permitan a la humanidad crecer en los aspectos técnicos y científicos, propagando su propio bienestar y fortaleciendo su lucha en el trayecto de la existencia misma, y como lo mencionó Michel Guillermo en su libro "Para leer los medios": "...la fuerza en expansión de esta nueva cultura de la imagen es más grande cada día debido a los nuevos adelantos técnicos como la "televisión por cable", las transmisiones "vía satélite" -que pueden unir en un mismo instante a millones de televidentes- ...Ojo omnipotente que prolonga mi visión sobre el mundo, el destino fundamental de la televisión es, y sigue siendo, el de hacer ver".

## CAPÍTULO 2: LA TELEVISIÓN EN MÉXICO

### 2.1 LA RADIO Y EL CINE.

Era el año de 1920, México se encontraba en un proceso de reorganización en todos sus ámbitos político, económico y social. Los sucesos acontecidos 10 años atrás habían impregnado de un ambiente revolucionario, la agitación político-militar se respiraba, se sentía, y se vivía en cada rincón del territorio, la necesidad por establecer y desarrollar el uso de los medios de difusión con el propósito, por un lado, de crear un mercado doméstico (interno) que asegurara el consumo, y por el otro, comenzar a trabajar en cuanto al aspecto político; se había hecho palpable, por lo que a la prensa nacional, la cual pasó en esta etapa al ámbito comercial, se le unieron, posteriormente, el cine, la radio y la televisión.

Pese a todos los problemas que lastimaban a la sociedad, no faltó, en 1921, quien tuviera la ingeniosa idea de introducir el nuevo invento que se había logrado gracias a las ondas hertzianas: la radio.

Esta había entrado al país junto con su cultura extranjera y su sistema estadounidense, que se caracterizaba principalmente, por sus fines de lucro y no precisamente para educar. Su afán era el de “divertir”, entendiéndose esta palabra como el sinónimo de distraer a las masas de sus ideales políticos y sociales, desviando así la atención de la población hacia otras perspectivas, olvidando o evadiendo los problemas de una forma amena y entretenida.

También durante estos años, se dio el auge de los grandes muralistas mexicanos como Diego Rivera, David Alfaro Siqueiros (quienes junto con el pintor Xavier Guerrero, iniciaron la publicación de El Machete, periódico del partido comunista) y José Clemente Orozco.

Por otro lado, aquél tiempo registraba un índice muy alto de analfabetismo, solo el 20 por ciento de la población sabía leer, lo cual no implicaba necesariamente que lo hiciera. La urbanización era escasa, por lo que se decía: “Fuera de México, todo es Cuautitlán”.

Para 1921, en Monterrey, Nuevo León, se realizaron las primeras emisiones experimentales, llevándose a cabo también en el Distrito Federal con la voz de Álvaro Obregón y el canto del tenor mexicano José Mojica (conocido posteriormente como Fray José Guadalupe), esto tuvo lugar el 27 de septiembre del mismo año. Desde entonces, se podía percibir, que la función de la radio era la de divertir y politizar.

Un año después, en 1922, en el mismo estado, surge un vendedor de discos importados y de la “Máquina parlante de Victor” (Victor Talking- Machine), quien vislumbraba la idea de hacer de todo esto, un gran negocio.

En marzo de 1923, sale al aire la estación JH, del ingeniero José de la Herrán. En este tiempo, se funda la Liga Central Mexicana de Radio, una organización de radioaficionados, quienes presentaron un proyecto de reglamento (ordenado por Obregón) que posteriormente, sería la base para la primera reglamentación oficial promulgada el mes de septiembre de ese mismo año.

Para entonces, Emilio Azcárraga Vidaurreta (mejor conocido como el “tigre” Azcárraga) se convertía en el gerente de la Mexico Music Co., propiedad de la Radio Corporation of America (RCA) fabricante de radios y discos. Su hermano Raúl, propietario de

la Casa de la Radio, se asoció con Félix Palaviccini, fundador del Universal (1916) para lanzar al aire, desde la capital de la República, su estación CYL. Poco después, la compañía cigarrera “El buen tono” crea su propia estación, la CYB.

Durante aquél año, se daba fin a una de las etapas por la cual había atravesado nuestro país, ésta era la del cine mudo, cediendo su lugar al cine comercial. El entusiasmo de apreciar movimiento y sonido al mismo tiempo, habían logrado conseguir que los ideales por los cuales se había luchado en la Revolución se olvidaran; el momento era especial, nunca antes se había visto algo similar y por encima de las desigualdades de clases y grupos, el cine comercial hacía su aparición llenando de algarabía el corazón de quienes lo recibían.

Mientras tanto, el gobierno autorizó por primera vez las transmisiones radiofónicas, por lo que para 1925, la empresa General Electric contaba con su propia estación comercial conocida como la CYJ, apareciendo cinco años más tarde con el nombre de Radio Mundial.

Al siguiente año, José Vazconcelos, entonces secretario de Educación Pública, inauguró la CZE (posteriormente Radio Educación) la cual estuvo al aire por poco tiempo, resurgiendo en 1934 y desapareciendo nuevamente en 1940, volviéndose a escuchar en 1967, 27 años después

En 1930, Azcárraga crea la XEW “Voz de la América Latina desde México”, la cual crece rápidamente debido a los nexos de su dirigente con la Radio Corporation of America. Bajo estos términos, Azcárraga representaba un “pilar” firme en el cual se podía apoyar la inversión extranjera, ya que contaba con experiencia y algo muy importante: visión para los negocios.

La XWE iniciaba así, sus transmisiones dando origen a que las estaciones radiofónicas se multiplicaran en las ciudades más importantes y posteriormente en todo el territorio nacional. La radio se había desarrollado rápidamente, por lo que los trabajadores que en ella participaban, comenzaron a formar grupos en defensa de sus intereses, surgiendo así: la Liga Nacional de Radio, el Club Central Mexicano de Radio y el Centro de Ingenieros.

Por su parte, el cine también comenzaba a dar motivos de que hablar, ya que en 1940, se introdujeron los primeros noticieros cinematográficos de contenido comercial.

Mientras tanto, la fuerza que había adquirido la XEW era tan grande, que el 1° de julio de 1941, el presidente Manuel Ávila Camacho (1940-1946), declaró la guerra contra los poderes del Eje a través de los micrófonos de la misma.

El liderazgo cultural de la radio seguía creciendo, por lo que, en este año, Azcárraga funda Radio Programas de México (RPM) con dos redes de estaciones radiofónicas: la "Cadena Azul", encabezada por la XEQ (1938) formando parte de la Red de las Americas, propiedad de la CBS; y la "Cadena Tricolor" parte de la Red Panamericana, de la NBC, encabezada por la XEW. RPM, estableció también vínculos con 42 estaciones de Centro y Sudamérica.<sup>1</sup>

Tres años más tarde, en 1945, la cadena Radio Mil se enlaza a los Estados Unidos, y la cadena de la "B" grande de México (XEB antes CYB) es apoyada por capital francés.

La XEW y la RCA Victor de México formaron un nuevo espacio auditivo. Es la alianza y la aparente hermandad entre los sectores de la sociedad. Por un lado, en la letra de las canciones se refleja el sentir y vivir del hombre rural, y por el otro, la canción romántica hace su

---

<sup>1</sup> Sánchez Ruiz, Enrique. *Los medios de difusión en México. De la revolución al sexenio de Díaz Ordaz.* pág.62

aparición entre la comunidad urbana. Es el tiempo de Agustín Lara y de sus clásicas canciones dedicadas, principalmente, a la mujer; pero, también había quienes escribían sus composiciones a la vida nocturna, al bohemio, al “pachuco”, a la “mujer mala”, y a todo aquello que marco el estilo de esa época. Así, la XEW se había convertido en el lazo de unión de todos los mexicanos ya que en palabras de su dirigente, “ a la gente hay que darle cultura pero en un plato de barro que conozca, donde se sienta a gusto comiendo”.<sup>2</sup>

Los cantantes de moda “florecían” de las estaciones de radio cubriendo las expectativas de quienes los escuchaban, la idealización se hacía presente con alguna canción del “charro cantor” Jorge Negrete, del “ídolo del pueblo” Pedro Infante, de José Alfredo Jiménez o de Pedro Vargas, el ensueño de muchas jóvenes comenzaba cuando sintonizaban su radio, no había imagen o figura que las pudiera deleitar, tan sólo una voz que despertaba su más fantástica e inalcanzable imaginación.

Pero los medios, comenzaban su conspiración para unirse y así los “ídolos” pasaban de la radio, al disco y del disco al cine. Así da inicio la llamada “época de oro del cine mexicano”. Es el momento en que tienen su auge las películas de rumberas, siendo el cabaret el principal escenario donde se desarrolla la trama, como se aprecia en la cinta llamada “Salón México”.

El cine había permitido la migración de los cantantes de moda a la pantalla grande. Ya no era sólo una voz, sino ahora era voz, figura y movimiento combinados para dar vida a los personajes que acaparaban la atención de quien los observaba, convirtiéndose, para muchos, en el modelo a seguir.

---

<sup>2</sup> Mier, Raymundo. *El desierto de espejos. Juventud y televisión en México*. pág. 252.

La vida e idiosincrasia rural se reflejaba en sus películas, donde se combinaba el mariachi y el clásico macho mexicano, dando origen a producciones como “Allá en el rancho grande” (1936), “¡Hay Jalisco no te rajes!” (1941), “Cuando quiere un mexicano”, “Dos tipos de cuidado” (siendo esta el reflejo más representativo del hombre de aquellos años), “Cuando lloran los valientes”, entre otras.

Un clásico del cine mexicano que no se puede pasar por alto, es indudablemente “Ustedes los ricos” (1948), donde el ídolo de México Pedro Infante, caracterizaba al hombre trabajador, responsable, orgulloso, y alebrestado, pero donde las ideas del macho se desvanecieron. Infante compartía el papel protagónico con Blanca Estela Pavón, quien por cierto, daba vida a la mujer buena, sumisa, tierna, amorosa, y dispuesta a seguir siempre a su hombre. Esta cinta es un claro ejemplo del ambiente prevaleciente durante esos años. La trama nos permite encontrar ideas opuestas, lo blanco y lo negro; la diferencia de clases es muy remarcada, por un lado se percibe la opulencia, la elegancia, la abundancia, la virtud y la familia, por el otro, la pobreza, la miseria, y la escasez, el amor vendido y la desintegración familiar.

Películas como esta, pone de manifiesto la vida en la metrópoli. De aquí, aquella famosa frase del cineasta Ismael Rodríguez: “el rico no quiere al pobre porque no lo conoce. Conocerse es amarse”.

También es la época de las grandes divas, quien puede olvidar a María Félix, la Doña; sobrenombre muy adoc con su personalidad; o a Dolores del Río con su clásica “María Candelaria”, donde comparte créditos con aquel hombre de mirada profunda Pedro Armendáriz.

Pues bien, este era el ambiente que prevalecía en aquel entonces, grandes avances se habían logrado en el mundo de la radio y del cine; sin embargo, el advenimiento de la televisión detuvo su rápido crecimiento.

## **2.2 LA TELEVISIÓN.**

El surgimiento de la televisión en México simboliza la “revolución” de los antiguos medios de comunicación y el despertar a una nueva cultura. Su advenimiento señala el declive de la “época de oro” de la radio y el cine mexicanos que mantuvieron por mucho tiempo un alto nivel de audiencia, la cual se emocionaba al escuchar o ver a sus ídolos o personajes favoritos. La televisión llegaba con un concepto de totalidad, su objetivo, la absorción de los medios ya existentes, de las grandes figuras y de los aspectos pertenecientes a los medios antes mencionados. La televisión intentaba cubrir todas las demandas del público, con diferentes gustos, pensamientos y sentimientos, siendo esto precisamente, lo que marcó el punto de partida de un nuevo horizonte, de un espacio innovador, iniciándose así, una nueva era de la comunicación, dejando en el recuerdo y en la nostalgia los personajes que hicieron grande el cine mexicano.

El espacio televisivo parecía desvanecer el misterio circundante de la radio o el disco. La imagen de la pantalla chica terminaba con los mitos de una apariencia, todo era visible, y por lo tanto, todo era real. Los primeros programas de la televisión privada (de los canales 2, 4 y 5) permitieron observar su crecimiento y desarrollo. Los programas más populares fueron los de la lucha libre, el box, el beisbol, el fútbol americano, la magia de los toros y por supuesto, las telenovelas. Los programas musicales eran una copia de los éxitos de las canciones románticas

y rancheras, los noticieros, eran sólo transmisiones de los cables informativos o dependían de los principales periódicos como era el caso de los noticieros Novedades (canal 4) y Excélsior (canal 2).

La televisión se introdujo en cada familia, siendo este aparato el conducto perfecto para promocionarla, pero también, fue, es y probablemente será, el medio más censurado que pueda existir. De esta manera, la televisión ha acaparado cada día más la atención de los diferentes estratos sociales. No era de extrañarse que quien gozaba de una situación económica estable contara con un televisor, pero de lo que sí es de sorprenderse es que hasta en los hogares más humildes, donde probablemente se carecía de alimentos, ropa, calzado o donde las deudas los agobiaba mes a mes con una renta, de todo se podía carecer, menos de ella: de la televisión, la cual se había convertido en un estilo de vida, siendo esto de ayer y hoy, porque, quien podría estar sin el noticiero de cada mañana, sin el drama de las telenovelas, sin el humorismo de los programas de entretenimiento o sin el programa deportivo dominical.

En este tiempo, por falta de recursos para realizar producciones nacionales, se comenzó a importar programación norteamericana (predominando hasta la fecha), destacando series policiacas, películas del viejo oeste y dibujos animados. A la vez, era necesario, elevar el nivel de la programación con el propósito de que sectores de intelectuales también participaran en ella y así lo señaló Miguel Alemán Velasco, primer director de la Dirección General de Información y Noticieros: “Nuestra política con el intelectual es de puertas abiertas, le decimos ven, no conoces el medio, pero aquí está, conócelo, domínalo, úsalo, utilízalo. Queremos que

lo que sea posible hacer dentro de la televisión se haga y que se haga bien por el que los sabe hacer bien”.<sup>3</sup>

Era el año de 1928 cuando comenzó “la gran aventura”, producto de la inquietud de un reconocido científico, el ingeniero Guillermo González Camarena quien nació en 1917 en Guadalajara, Jalisco. Camarena formaba parte de los equipos de investigación de los Estados Unidos y en 1930, se inscribió en la Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica (EISEM), donde sólo estudió dos años por haber entrado a trabajar en la estación de radio de la Secretaría de Educación. Durante esta época, comenzó a realizar experimentos con equipo construido por el mismo. Su tenacidad fue tan grande, que es a él a quien se le atribuye el crédito de iniciar el sistema de televisión cromática basado en los tres colores primarios: rojo, verde y azul.

Pero no fue sino hasta agosto de 1934 cuando el ingeniero González Camarena hace posible que funcione la primera cámara de televisión en México. Sus experimentos continuaron prolongándose de 1935 hasta 1949. Durante este lapso de tiempo, Camarena vende la patente de la televisión cromática a las compañías RCA y Victor en Estados Unidos.

Durante la segunda mitad de los años cuarenta, el gobierno mexicano recibe las primeras solicitudes para manejar estaciones de televisión comercialmente, entre estas, figuraban las de los señores Rómulo O’Farril y Emilio Azcárraga Vidaurreta

Por lo que el 7 de septiembre de 1946 se inaugura la estación experimental de televisión, la XHIGC, con permiso de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas y bajo la responsabilidad técnica de González Camarena. La transmisión dio inicio a las 14:30 horas

---

<sup>3</sup> Mier Raymundo. *op. cit.*, pág. 280

con un programa artístico y por espacio de dos años la televisora difundió programas cada sábado en la ciudad de México.

Este hecho, dio como resultado, que el entonces presidente de México, Miguel Alemán Valdés, nombrara a una comisión (integrada por el escritor Salvador Novo y por González Camarena) que se encargara de investigar y estudiar los sistemas televisivos existentes en el mundo, de tal manera, que esto pudiera servir de base para decidir la forma en cómo operaría la televisión en nuestro país.

Tres años después, en 1949, se otorga a la empresa Televisión de México, S.A., dirigida por Rómulo O'Farril (dueño también del diario Novedades), la primera concesión. Se le asignan las siglas XHTV canal 4, comenzando a hacer transmisiones de prueba el mes de febrero de 1950 e inaugurándose el 31 de agosto del mismo año, siendo la primera televisión de México y América Latina y cuya publicidad daba comienzo a la marca suiza de relojes "Omega".

Al día siguiente, 1° de septiembre, inició sus transmisiones regulares con el IV informe de gobierno del presidente Alemán, emprendiendo así, otra etapa histórica de nuestro país, y quizá una de las más importantes, la que permitiría llevar a cada rincón del territorio mexicano el mensaje nacionalista y demagogo de cada gobernante.

Por su parte, Emilio Azcárraga no podía quedarse atrás, por lo que el 21 de marzo de 1951 lanza al aire el canal 2 de televisión (XEW-TV), transmitiéndose a fines de octubre en los estudios radiodifusores de la XEW, mientras terminaban las instalaciones de lo que más tarde sería Televisión Centro.

Un año más tarde, el 18 de agosto de 1952, González Camarena obtiene la concesión para lanzar al aire la tercera estación televisora, la XHGC Canal 5 ("siga la huella").

Tres años después, el 25 de marzo de 1955, Rómulo O'Farril, Emilio Azcárraga y González Camarena, se unen para dar vida al consorcio Telesistema Mexicano, S.A., declarando (los dos primeros) unos meses antes a la prensa las siguientes palabras: “la experiencia nos ha enseñado a no pelearnos... Las pérdidas que hemos padecido son muy altas. No había más salida que entendernos y ponernos de cuerdo o, por el contrario, acumular más pérdidas”.<sup>4</sup>

Telesistema Mexicano iba en ascenso debido al apoyo de los publicistas, principalmente, norteamericanos. Primero comenzó a enviar su señal a la provincia, instalando retransmisoras mientras surgían televisoras locales. El propósito de haberse unido a los tres canales, era el de crear una estructura más sólida, benéfica para la industria y con mayores posibilidades de servicio y expansión.

Ya lo decía el propio Azcárraga, en ese mismo año: “Telesistema Mexicano ha nacido como un medio de defensa de tres empresas que estaban perdiendo muchos millones de pesos. Todos los programas se originarán desde Televisión que se convertirá en la gran central de televisión. Dentro de un año, la televisión será la primera industria de espectáculos del país, lo mismo que de la publicidad, tendrá mayor importancia que la cinematografía”.<sup>5</sup> Y no estaba equivocado, pues se puede decir, que Telesistema Mexicano formaba parte del periodo de gestación de lo que después sería Televisa

Tres años después, en 1958 y a consecuencia de la fusión empresarial, se introduce el video-tape, haciendo a un lado las fronteras y avanzando por el continente mediante la exportación de programas, especialmente telenovelas. En este mismo año, el gobierno, bajo la

---

<sup>4</sup> Sánchez Ruiz, Enrique. *Los medios de difusión en México. De la revolución al sexenio de Díaz Ordaz*. pág83.

<sup>5</sup> Mier Raymundo. *op. cit.*, pág. 268.

presidencia de Ruíz Cortínez, otorga la concesión al Instituto Politécnico Nacional (IPN) para que inaugure la XHIPN Canal 11, estación de carácter cultural considerada como el peor canal de aquel entonces ya que nadie lo veía, los diarios ni siquiera tomaban en cuenta su programación, compuesta por lecciones (filmadas) de matemáticas, antropología, pintura mural, idiomas y ortografía. Además, su señal era muy débil apenas captable en la zona metropolitana.

En 1962, nace en Monterrey la cadena de Televisión Independiente de México (TIM), empezando transmisiones con el canal 6 local.

Para 1965, Telesistema había adquirido dos nuevos canales: el 7 y el 9. Dos años después, el 1° de septiembre de 1967, comenzó simultáneamente, la transmisión a colores por los canales 2, 4, 5, 7, y 9 de Telesistema Mexicano. Mientras Tanto, la TIM creaba el canal 8 (actualmente conocido como XEQTV Canal 9), empezando a transmitir el 25 de enero de 1968.

Después de la concesión otorgada al IPN, el Estado hace nuevamente su aparición y el 12 de octubre de 1968, Francisco Aguirre Jiménez, fundó el canal 13, adquirido por el gobierno a través de la Sociedad Mexicana de Crédito Industrial (SOMEX). Con esto, y según palabras de sus funcionarios, se iniciaría una “transformación radical de la televisión”, con la finalidad de convertirla en un “vehículo de comunicación social, con programas que eleven los niveles culturales de los niños, jóvenes y adultos, a la vez, que los entretienen y les crean conciencia del mundo en que vivimos”.

El objetivo a seguir era el de: “...que ele televidente no siga siendo un receptor pasivo del espectáculo electrónico. El ideal es que la imagen de televisión provoque siempre una

reacción, una actitud crítica o una participación activa, para lograr que este medio de difusión masiva sea efectiva comunicación”.<sup>6</sup>

En el siguiente año, se aprecia una mejoría en cuanto al canal del IPN, ya que después de carecer de recursos financieros, logra enviar su señal un poco más allá del área metropolitana sin embargo, aún faltaba mucho por hacer.

Por su parte, Telesistema, a partir del 20 de mayo de 1969, obtiene la concesión por parte de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), para operar en la ciudad de México el servicio de televisión por cable.

Un año más tarde, en 1970 aparece el noticiero más importante de la televisión mexicana, “24 horas”, bajo la conducción del licenciado Jacobo Zabludovski, siendo el principal centro de información por muchos años, fue el noticiero de mayor rating en México, manejaba aproximadamente 45000 notas anuales, se transmitía simultáneamente por radio a través de la XEW lo que le permitía obtener una mayor apertura a nivel nacional. Posteriormente, logró llegar a los Estados Unidos y a la República Dominicana (esto gracias al apoyo de la cadena Univisión).

Por este mismo tiempo, la televisión comienza a enfocarse más en la familia. Además del drama que se vivía a través de las telenovelas, se realizaron transmisiones de cocina, horóscopos, salud, costura, cuidado de los niños, y otros de similar estilo hogareño, pero sin duda, el más importante fue el programa dominical “Siempre en Domingo” con Raúl Velasco, el cual fue una fuente de entretenimiento por un largo periodo de tiempo. Este se basaba en las entrevistas y presentaciones de los cantantes de moda y de los jóvenes valores que surgían.

---

<sup>6</sup> Mier Raymundo. *op. cit.*, pág. 270.

Cinco años más tarde, el director de canal 13, Enrique González Pedrero, estableció algunos puntos que debían regular los lazos entre la televisión, el Estado, la empresa privada y la sociedad. En estos ponía de manifiesto que:

El objetivo principal del Estado era el de promover un Sistema Nacional de Televisión que contribuyera a la integración de la sociedad, a su modernización, a un desarrollo independiente, y a borrar la imagen que había creado la televisión privada acerca de que esta era utilizada únicamente para fines publicitarios y por consiguiente, lucrativos.

Se pensaba también en crear una televisión cuya programación fuera mixta, que permitiera la descentralización de la misma y la participación de la ciudadanía en ella. Se buscaba obtener un equilibrio en cuanto a la participación del Estado y la empresa privada, cuyas normas regularan las ideas comerciales, la información y la cultura.

La televisión debía ser el medio que transformara a la sociedad, que permita la integración del país, y obviamente, el fortalecimiento del Estado. Esta debería ser un sinónimo de poder, poder que se manifestara para el bien común.

Dos años más tarde, en 1985, sale al aire una nueva adquisición del Estado, el canal 7, iniciándose así el Instituto Mexicano de Televisión (Imevisión) la más amplia red televisiva del país, ya que contaba con 99 repetidoras en todo el territorio mexicano, y con el 8 de Monterrey, el 2 de Chihuahua, canal 11 de Ciudad Juárez, el canal 22 de en el Distrito Federal (el cual estaba programado para ser considerado como el canal cultural del Estado).

Imevisión fue creada para competir con la televisión privada, lo que propició la unión de los tres canales: canal 7 (siendo su cobertura mayor que la del canal 2 de Televisa), dirigido a las clases populares; canal 13, para las clases medias y canal 11, para los sectores universitarios,

éste último no formaba parte de Imevisión, sino de la Secretaría de Educación Pública dirigido por el IPN, sin embargo, se llevó a cabo un convenio de coordinación.

A propósito del canal 7, durante este tiempo, Pablo Marentes, director de Imevisión mencionó que este canal no se regía por un formato tradicional, como el de la iniciativa privada, por lo que esto daba margen a que la gente creyera que su programación era lenta y anticuada, comentó también que esto no era más que el resultado del tipo de cámara que se empleaba y que por lo tanto, se había propiciado a que el televidente se introdujera en la reflexión.

Marentes mencionó además, que la red se había creado con el propósito de: “informar cada vez más y mejor a la nación mexicana, fungir como un apoyo a la educación y cultura populares, estimular el desarrollo armónico de la niñez y la juventud, ofrecer esparcimiento, contribuir a la preservación de los valores de identidad nacional, fortalecer las convicciones democráticas y constituir un eficaz instrumento de gobierno al servicio del Estado mexicano”.<sup>7</sup>

Imevisión deseaba expandirse en el terreno cultural por lo que propuso se manejaran programas culturales cuyo contenido fuera de carácter noticioso y de espectáculos populares, así como también, musicales y deportivos, y que se llevaran a cabo intercambios con España, Centro y Sudamérica y con la población hispanoparlante de los Estados Unidos.

Lo que buscaba el Estado a través de su red, era encontrar el punto medio entre este y lo privado, ambas televisoras tenían que ser responsables de su programación, la cual debía enfocarse al beneficio colectivo, el pro de una sociedad fuerte, cuyos “pilares” se construyeran con un crecimiento y desarrollo respaldados por una cultura íntegra basada en una televisión de

---

<sup>7</sup> Mier Raymundo, *op. cit.*, pág. 338

calidad, que fomentara la unión familiar, el deporte, el entretenimiento sano, el estudio, la salud, etc.

De alguna manera, el Estado quería contrarrestar a ese “mounstro” llamado Televisa, que este mismo había dejado crecer, ya que fue el propio Estado el que otorgó la concesión a la iniciativa privada, siendo esto, una participación estatal en el ámbito privado.

Por otro lado, en este mismo año, se lanza también el proyecto de televisión regional, que pretendía producir programas locales (de una manera autónoma) para romper lazos con el gobierno federal, sin embargo, este sistema no pudo lograr los “frutos” esperados, debido a su falta de organización, financiamiento y recursos técnicos y humanos, pero principalmente por la falta de voluntad política por parte del gobierno federal, ya que este siempre favoreció a Televisa.

El tiempo seguía su marcha, y muchos cambios se dieron en la televisión, los canales que un día habían sido culturales ya no lo eran, y los que no lo eran, lo fueron. Televisa fue expandiéndose cada vez más, pero Imevisión se encontraba en su etapa de declive. Esto fue en parte, por la falta de recursos y la deficiente capacidad productiva del canal; por otra parte, porque no contaba con una política clara en materia de educación, información, y cultura, lo que ocasionó, que poco a poco, cayera en el mercantilismo clásico de Televisa. Esta situación prevaleció hasta el año de 1992, fecha en que se pone a la venta los canales 7 y 13, dando origen a lo que hoy se conoce como Televisión Azteca de Ricardo Salinas Pliego. Fue así como el proyecto estatal fracasaba.

La televisión ha sido uno de los inventos más fantásticos que pudo el hombre crear. Nos mantiene informados de lo que acontece en el mundo día con día, entretiene, divierte y hasta esporádicamente, también educa y se manifiesta por el bien social. Desafortunadamente en nuestro país se le ha explotado en forma no equitativa, puesto que se ha visto sólo el lado comercial, los grandes empresarios se han beneficiado por la publicidad que manejan aprovechando el espacio televisivo, y si bien es importante esto, también lo es que se piense un poco más en las necesidades de una sociedad que se ve abatida por los problemas circundantes de nuestro país.

Es indispensable retomar la verdadera finalidad de la televisión con el mayor profesionalismo lo cual permitirá obtener el equilibrio entre el mercantilismo y lo social que estimule el desarrollo integral de la niñez y juventud mexicana.

### 2.2.1 TELEVISA.

Hacia el año de 1973, Televisa marcaba su consolidación augurando ser una empresa muy prometedora. Sus objetivos (vigentes aún) giraban alrededor de la cultura, del apoyo que se brindaría al país para su desarrollo económico y de ser el lazo efectivo de unidad nacional que permitiera la expresión y la participación de los sectores sociales.

En 1976, Miguel Alemán Velasco, en un artículo titulado “El Estado y la Televisión” mencionó que esta tenía por un lado, que reflejar los problemas que se presentaban en la sociedad, y por el otro, tomar una actitud activa en la solución de los mismos, siendo esta una obligación que debía ser introducida en el sistema desde un punto de vista económico, político

y social de cada país, con un sentido democrático, entendiéndose este como el proporcionar un servicio siempre en beneficio de la mayoría.

Su proyecto cultural, al que se le conoció como “Fórmula Televisa”, se basó en aspectos relativos al equilibrio entre la cultura universal y los valores nacionales; la forma en como se había llevado el desarrollo de la televisión mexicana, considerándola la mejor si se tomaba en cuenta la economía del país; la función social que debía cubrir con base a la segmentación del auditorio con el propósito de conocer sus intereses y ofrecer una diversidad en la programación que dará como resultado el atraer mayor audiencia. Además, el monopolio consideraba, que al unirse las empresas culturales que le dieron vida, se había acabado con la “guerra de los medios”, lo que permitió demostrar que estos no se desplazan unos a otros, sino más bien, se complementan. Por último, se contemplaba el pensamiento de traspasar fronteras, mostrando al mundo el sentir, el pensar, y el vivir del hombre mexicano, enalteciendo sus costumbres y su cultura.

Esta percepción de la empresa, fue objeto de que la revista Antena publicara que la “Fórmula Televisa” buscaba establecer un sistema de comunicación donde participaran la mayoría de los sectores sociales, sin olvidar el rasgo cultural de cada uno de estos, merecedor del mejor de los respetos.

Y fue así, como la profecía de quienes creyeron que la televisión atravesaría fronteras se cumplió, dejando a un lado a todos aquellos que nunca imaginaron tal acontecimiento. El país se unificó llegando en primera instancia a los Estados Unidos mediante la extensión de las redes.

Por otro lado, la iniciativa privada expropió los recursos y las reservas del Estado apoyándose en las bases legales para asumir la dirección cultural y moral de la sociedad. Con respecto a esto, un funcionario de Televisa opinó: “La televisión mexicana ha evolucionado en esta dirección: de acuerdo con los fundamentos de la Constitución de 1917, los sectores público y privado acceden activamente a las tareas de comunicación social, originándose, por consiguiente, una fórmula mexicana de televisión que corresponde con nuestra realidad histórica, política y social.”<sup>8</sup>

La estrategia de Televisa, fue, ha sido y será, la combinación precisa y exacta, no sólo de la acumulación del capital, sino también es la unión de conocimientos de los procesos de producción cultural, del impacto de las modernas tecnologías, de la captación de audiencia y de las características políticas y sociales circundantes en la comunidad en un tiempo y espacios determinados.

Fue así, como a muchos años de haber definido la “Fórmula Televisa” y bajo la continuidad y coherencia de su política, el monopolio televisivo ha surgido en un ambiente nacional e internacional, las redes y coberturas se extienden sobre públicos transnacionales. El poder que ha logrado adquirir se debe a la unificación de conocimientos sobre el sentir del pueblo, (interviniendo en gran medida el rezago cultural prevaeciente aún); a las técnicas de persuasión-manipulación, a la creación de figuras populares, a su continuidad en las pantallas, al manejo de la noticia (amarillismo y expectación) y a la forma de hacer espectáculo (grotesco y en ocasiones, vulgar); todo esto ha “alimentado” al “gigante creador de fantasías”,  
TELEVISA.

---

<sup>8</sup> Mier Raymundo. *op. cit.* pág. 322

La empresa adquirió cuatro canales de televisión: 2, 4, 5 y 9 (en existencia aún) y repetidoras a nivel nacional, además de las emisoras de mayor potencia en el país: la XEW, la XEX, y la XEQ, que apoyaban al monopolio.

Pertenecen también a esta, algunas de las empresas de publicaciones de libros y revistas que registraban al tos tirajes en el mercado mexicano, entre las cuales destacan: Teleguía, Buena Vida, Activa entre otras, además del periódico Novedades.

Además, Televisa posee acciones en compañías de prestigio, disqueras, empresas de espectáculos; con los que organiza representaciones con sus propios artistas, espectáculos deportivos (es propietaria del estadio Guillermo Cañedo mejor conocido como estadio Azteca y de equipos de fútbol) y shows en algunos centros nocturnos.

Por su parte, empresas como Fonovisa, Videovisa y Videocentro (dedicadas a la distribución, renta y venta de videocassettes) eran algunas de las empresas que dependían del gran consorcio hasta diciembre de 1990; año en que la empresa, tras una reestructuración accionaria, decide dejar “fuera de la jugada” a 67 compañías entre las que destacan el Grupo Video (Videovisión, Videocentro, Videovisa y Televicine), Radiópolis (XEW, WFM, Stereo 102, TropiQ, Qmexicana), Cablevisión y varias disqueras, entre otras disqueras.

En el caso de Cablevisión, esta había surgido de la infraestructura técnica generada para el sistema de televisión por cable de Instituto Mexicano del Seguro Social iniciando su expansión en el año de 1969, en las colonias del Valle y Polanco. Formaba parte del Grupo Televisa como su filial, en la década de los '80, tiempo en el cual también arribó a México su competencia: Multivisión.

Televisa tienen además, sus propios servicios y sistemas de investigación: el Instituto para la Investigación en la Comunicación, A.C., un Instituto de Estudios y Documentos Históricos, cuya finalidad es obtener originales y copias de los expedientes históricos; el Archivo de la Imagen, videoteca de material documental de los hechos históricos contemporáneos. Además cuenta con una Fundación Cultural, cuya función es la de proporcionar un apoyo a la sociedad mediante el convenio UNAM/Televisa para transmitir capsulas universitarias; también se dedica a la recuperación de piezas arqueológicas, al patrocinio de jóvenes valores (pintores, poetas, escultores), etc.

Cuenta también, con un banco computarizado de información de otros bancos. Por su sistema de comunicación vía satélite puede establecer comunicación directa con su red de información en el mundo.

Uno de los aspectos importantes que han llamado la atención, ha sido el gran número de países a los que se ha llegado mediante la exportación de diferentes programas, entre los que figuran: Estados Unidos, Puerto Rico, Perú, Honduras, Costa Rica, Nicaragua, Antillas, Argentina, Bolivia, Ecuador, Venezuela, Panamá, Guatemala, Canadá, Colombia, Chile, El Salvador y Uruguay. A través de la red Univisión, sistema de transmisión vía satélite, transmite programas en vivo a casi todas las ciudades de población hispanoparlante vecino del norte. A partir de 1981, Univisión estableció una cobertura multinacional que le permitió abarcar a más de 800 canales de España, Estados Unidos, Centro y Sudamérica, emitiendo además, desde el 5 de diciembre de 1988, desde Londres para toda Europa.

En enero de 1991, se dio una reestructuración interna que originó la renuncia al Consejo de Administración de Televisa de Miguel Alemán Velasco y Rómulo O'Farril. Estos

movimientos fueron considerados como “tremendos”, “bruscos” y “de fondo” por el entonces vicepresidente ejecutivo y accionista del Grupo Televisa, Alejandro Burillo Azcárraga.

Se dice que algunos de los motivos que dio origen a la separación entre Azcárraga y O’Farril, fueron, en primera instancia, la lucha por el poder, el cual quedó en manos del primero; y en segunda, un verdadero cambio cuyo propósito era el de adaptar a la compañía a los requerimientos del libre mercado y del TLC con Estados Unidos y Canadá.

A ciencia cierta, no se sabe realmente la razón que provocó el distanciamiento de los socios. Según estos, Televisa era ya una empresa bastante grande para permanecer en manos de una sola familia, por lo que era prudente dejar entrar nuevos “aires”. Cabe mencionar, que a raíz de estos cambios, la empresa se vio en graves problemas financieros, ya que era necesario pagar (comprar) las acciones de los mismos, además de cubrir el proyecto que estaba en marcha, el de Ciudad Televisa que se construía en Santa Fe, ciudad de México.

Realmente, estos acontecimientos originaron una polémica en el medio. No obstante, reestructuración o no, el negocio tenía que seguir, por lo que la primera opción de compra la tuvieron los mismos dueños. Azcárraga, por su lado, formó un grupo para adquirir todo lo referente al video, radio y discos; mientras tanto, Carmela Azcárraga, hermana de Emilio, aprovechó la venta de Cablevisión, quedándose con esta.

Con lo que se logró obtener de la venta de Cablevisión, Televisa liquidó al resto de los socios. De esta manera, la familia Azcárraga tenía el mayor número de acciones y un presidente que ya no tenía que diferir con sus antiguos socios. Televisa vuelve a adquirir Cablevisión, radio y grabación de música en diciembre de 1991.

En este mismo tiempo, la empresa colocaba acciones en la Bolsa Mexicana de Valores y en bolsas de Nueva York, Tokio y Europa. Era obvio, que además de buscarse el capital nacional, se pretendía también el extranjero para levantar al monopolio, siendo este bastante tentador tomando en cuenta que la imagen de Televisa llegaba a toda América, el Caribe, Europa y Norte de África; según la revista expansión esto representa para un producto (por su publicidad) un mercado potencial de 400 millones de hispanoparlantes.

Por otro lado, adquiere el 22 de diciembre, el 49 por ciento de las acciones de Megavisión (empresa chilena que contempló trabajar conjuntamente con Televisa). A partir de esta fecha, se proliferó la adquisición de televisoras latinoamericanas, pero lo que mayor impacto causó, fue la compra, junto con J. Perrenchio y Ricardo y Gustavo Cisneros, de la mayor televisora estadounidense en español: Univisión.

Televisa, ha sido sin duda, la empresa más importante del país. A raíz de la muerte del “tigre” Azcárraga, como se le conocía, la empresa se ha visto envuelta en un reordenamiento en muchos aspectos, Jacobo Zabłudovsky sale del aire con su tradicional y desgastado noticiero, permitiendo la entrada de la imagen “fresca” de Guillermo Ortega; los programas se saturan de gente joven con nuevas ideas y proyectos que le dan otro enfoque a la televisora. Unos regresan, otros se van con la competencia, pero al final de cuentas es los mismo, quizá con la desaparición de uno de sus fundadores, se da fin también a uno de los episodios de esta “telenovela”, para dejar “nacer” a la generación de Emilio Azcárraga Yan.

Sin embargo, hay algo que surgió con el Azcárraga de ayer y que también se ha proyectado con el Azcárraga de hoy, y esto es el hecho de que Televisa siempre se ha jactado

de “entretener y divertir” al televidente, pero, ya lo dijo Carlos Monsivais: “en este caso, el entretenimiento se ha confundido con la estupidización”.

### **2.3 ASPECTOS POLÍTICOS, ECONÓMICOS Y SOCIALES.**

Uno de los ideales por el que se luchó en la Revolución Mexicana era el de consolidar un Estado fuerte, libre y democrático, que buscara y encontrara el punto medio de una sociedad cubierta de desigualdades en todos los aspectos, que protegiera a aquellos sectores desvalidos y que “sacara a flote” a una nación cuya “bandera” estaba representada por su miseria, su ignorancia y su pobreza. Sin embargo, la historia hablaría por sí misma.

Bajo el régimen del presidente Lázaro Cárdenas, el medio de comunicación prevaeciente fue la radio, medio del cual se apoyo el presidente para impulsar su política. De aquí su interés por crear un núcleo de estaciones radiofónicas de carácter público, por lo que en 1935, el mandatario, utiliza por primera vez la radio para rendir su informe de gobierno a la nación.

Un año más tarde, en 1936, el general Francisco J. Múgica, entonces secretario de comunicaciones, dio a conocer un documento con el nombre de La Radiodifusión y el Estado, en este, se proponía contribuir a la elevación de la calidad artística y cultural de las transmisiones radiofónicas, también se mencionaba la necesidad de formar un comité de hombres de ciencia, maestros, artistas e intelectuales para que , considerando la opinión del público, elaborara la programación radiofónica.

Sin embargo, el pensamiento revolucionario cardenista, se fue desvaneciendo, las frases que un día movieron las masas se escuchaban trilladas y el Estado que había surgido era totalmente distinto al que un día se había idealizado. Es el momento en que Manuel Ávila Camacho aparecía en escena, con objetivos muy distintos a los de su antecesor.

En el decenio de los '40 ya se hablaba de radio y televisión privadas, el Estado sólo se limitaba a emitir decretos, leyes y reglamentos para regir el funcionamiento de los medios electrónicos, principalmente de la televisión, la cual ha sido incondicional del Estado desde aquel septiembre de 1950, momento histórico en que se transmitió el cuarto informe presidencial de Miguel Alemán Valdés. Este era el símbolo de la nueva época que permite la apertura de México al mundo.

Desde que se fundaron la Secretaría de Relaciones Exteriores (1923), la Secretaría de Educación Pública (1924), y la Secretaría de Industria y Comercio y Trabajo (1929), así como el Partido Nacional Revolucionario (1930), este último desapareció en 1946 al ser sustituido el PRM por el PRI. El gobierno mostraba interés por contar con sus propios medios para acrecentar su propaganda política. La presencia de grandes corporaciones norteamericanas de la radio y la televisión son prueba suficiente de la acentuada contradicción cultural que se ha venido desarrollando desde hace ya varias décadas. Por un lado, se pretendía la integración nacional y por el otro, se le daba prioridad a una cultura extranjera que ha ido acabando con las costumbres, creencias y valores que caracterizaban al pueblo mexicano.

Las controversias que enfrentan a diversas fracciones políticas y sociales (la empresa privada, el Estado y los partidos de izquierda) han proliferado en todo momento para defender el derecho de la información y la "democracia" en las comunicaciones, mientras que la realidad

se ve abatida que si bien necesita de sus campesinos, obreros, artesanos, etc., también requiere que a estos se les conduzca a un mundo de cultura de educación, de reflexión, donde impere el conocimiento y la difusión y promoción de la música, del teatro, de la pintura, de la literatura y del arte en general, sin embargo, esto queda en un segundo término, ya que lo primordial es la obtención del poder, dando cabida al mal de toda sociedad: la ignorancia.

En la década de los '30, ya se manifestaban los primeros signos de la modernidad, la esperanza de un desarrollo tecnológico nacional parecía vislumbrarse. Es el momento en que surgen las historietas y los diarios deportivos, la industria cinematográfica y sobre todo, el auge de la radiofonía y las primeras producciones discográficas.

La expansión tecnológica se hacía presente día con día y más aún con el advenimiento de la televisión, lo que originó que se divisara que “democratizar” al país consistía, en buena medida, en fortalecer las redes técnicas, convirtiendo a los medios electrónicos en garantía de unidad.

En el sexenio de Miguel Alemán Valdés (1946-1952), se había alcanzado un desarrollo en la economía mexicana, aunque su costo, fue el de favorecer la acumulación y concentración monopólica de la riqueza bajo la hegemonía del capitalismo, la desnacionalización del país era clara y contundente al observar la alianza cada vez más fuerte entre Estado y burguesía, y un distanciamiento mayor con los sectores populares a los que el sistema político se encargaba de mantener bajo control.

Es el tiempo en que se imponen los modelos norteamericanos en diversos aspectos de la vida social, se desarrollan las grandes obras públicas como presas, carreteras e industrias; se construyen viaductos y multifamiliares; se amplía el Seguro Social; se planifica el desarrollo de

Acapulco y se fomenta el turismo junto con la política de aeropuertos. México se internacionaliza y se industrializa, a la vez, de que se dan una mayor concentración demográfica en el Distrito Federal.

Mientras tanto, la opresión y el control social, seguían su ritmo, por lo que la televisión se había convertido en el medio más censurado por excelencia, por lo que la Ley Federal de Radio y Televisión, promulgada el 19 de enero de 1960, estableció un código de censura para preservar la moral colectiva, señalando en el artículo 5 de los Principios Fundamentales que: “La radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana...”

En el artículo 63 del Capítulo Tercero se formuló la estricta prohibición de las transmisiones que utilizaran un lenguaje inadecuado, grotesco, y que fuera en contra de las buenas costumbres; se prohibía además, todo aquello que fuera denigrante y ofensivo con respecto a los héroes, y en cuanto a las creencias religiosas o discriminatorias de las razas, no se permitía la comicidad, ni mucho menos sonidos ofensivos.

Dos años después, en 1962, el presidente López Mateos, retomaba estos puntos, refiriéndose a que con el adelanto electrónico, la televisión se había expandido a más regiones del país, por lo que esperaba que quienes estaban al frente de su dirección, cuidaran en sus transmisiones no afectaran la moralidad y el decoro del hogar y de la familia; donde consideraba, se encontraba la unidad básica de la patria. También hacía hincapié en el cuidado de la inocencia de las mentes infantiles, agregando que de estas, surgirían los ciudadanos que se necesitaban en el futuro. De esta manera, el medio televisivo se convertía en el espacio de represiones públicas, garantía, a la vez, de la moral y de las buenas costumbres.

El sexenio de López Mateos llegaba a su fin para dejar el poder en manos de uno de los presidentes más tiranos de la historia de nuestro país: Gustavo Díaz Ordaz (1964-1970). Era el tiempo de las revueltas juveniles y de los “rebeldes sin causa”, indudablemente la influencia norteamericana se percibía con las réplicas de James Dean, la chamarra de cuero y el pantalón de mezclilla eran característicos de la juventud urbana que cantaba y bailaba al ritmo de los grandes éxitos del rock and roll, la letra de las canciones la llevaban en la sangre como un “himno de libertad” que les permitía decir: “...un amargado no quiso bailar, se fue al rincón y se puso a llorar...” o como “...tus ojos, que bonitos son tus ojos...”.

Sin embargo, no todo fue diversión, la década de los '60 se distinguió por los diversos levantamientos sociales, específicamente, estudiantiles. Los trágicos acontecimientos del 2 de octubre del 68, son un claro ejemplo de la represión política y social por la que atravesaba el país. Los medios de información se vieron dominados por el poder estatal, la información se distorsionó, se manipuló y se ocultó, y hasta la fecha, lo sucedido aquella noche sigue dando de que hablar. A esto es a lo que se le podría llamar “traición de ideales”, los ideas postuladas por Lázaro Cárdenas y por López Mateos se habían “pisoteado”, ya que en este caso, la televisión sólo fungió como medio de engaño y de silencio, por lo que queda una pregunta en el aire, ¿a esto, se le puede llamar moral y buenas costumbres cuando se “maquilló” la verdad de los hechos?

Al respecto, Luis Echeverría Álvarez, entonces secretario de Gobernación, dijo: “La experiencia del panorama mundial nos demuestra que cuando el Estado asume el control de la radio y, sobre todo, de la televisión, los vuelve instrumentos opacos, existiendo siempre el

peligro de que predomine dentro de ellos un criterio de conducta política más que uno educativo y de sano entretenimiento...”<sup>9</sup>

Mientras tanto, se instalaba la televisión por cable (la cual se introdujo a México en 1954) en las clínicas del Seguro Social. Este era el primer sistema no comercial que intercomunicaba a 22 clínicas del Instituto, con la finalidad de capacitar e informar al personal médico y administrativo. Además, se instalaron televisores en las salas de espera a fin de difundir programas informativos y de entretenimiento dirigidos a los pacientes, cabe mencionar, que a pesar de que era un proyecto que pretendió generar un servicio social, por razones políticas duró únicamente tres años, de 1968 a 1971.

Por otro lado, la televisión se engalanaba con las transmisiones de la Olimpiada, que comenzaron el 12 de octubre del mismo año, y dos años más tarde, en 1970, el primer mundial de fútbol.

A partir de 1969, comenzó el auge de los sistemas de televisión por cable, siendo Cablevisión (creada el 20 de mayo) el más fuerte.

Arribaba la década de los '70, y con esta, el sexenio de Luis Echeverría Álvarez (1970-1976). Durante su mandato, se comienza a manejar el concepto de telecomunicaciones y un año más tarde de haber ocupado la presidencia, crea el convenio sobre distribución de señales portadoras de programas transmitidos por satélite.

En 1975, se crea la Cámara Nacional de la Industria de la Televisión por Cable (CANITEC), organización que agrupa a sus representantes para la defensa de sus intereses.

---

<sup>9</sup> Mier Raymundo. *op. cit.*, pág. 332.

Cabe mencionar, que durante su mandato, contó con el apoyo de Miguel Alemán Velasco, hijo del expresidente Miguel Alemán Valdés, como su asesor personal.

Durante este tiempo, se llevan a cabo importantes movimientos para el mundo de la política; se elabora una nueva Ley Electoral, se reduce el número de miembros para registrar un partido, se conceden franquicias postales y telegráficas, así como tiempo en radio y televisión a los partidos y se disminuyó la edad para votar.

Sin embargo, estos cambios no cubrieron las necesidades sociales que se presentaban, por lo que en 1977, bajo el gobierno de José López Portillo (1976-1982), se hacen nuevas reformas políticas, pretendiendo dar respuesta a las demandas de una sociedad “golpeada” por una de las peores crisis económicas de nuestro país, debido a la devaluación de la moneda, la fuga de capitales, la caída de los ingresos derivados de la explotación petrolera, la elevada deuda externa, la falta de confianza y malestar en todos los niveles sociales.

Las causas que dieron origen a esta deprimente situación son múltiples y están ligadas a los cambios económicos mundiales que se registraron y al proteccionismo impuesto por el gobierno a la industria nacional. Esto daba paso a un acontecimiento que marcaría el futuro político del país: el resquebrajamiento del PRI, partido que gobierna desde hace más de 60 años, tiempo en el cual, ha sido poco el interés por ayudar al pueblo a salir de los problemas que lo aquejan.

En esa época, Azcárraga, llegó a declarar ser miembro del Partido Revolucionario Institucional (PRI), añadiendo lo siguiente: “mi único jefe es el presidente de la República”. De aquí, que haya sido obvio que Televisa se opusiera a la reglamentación y por consiguiente, apoyara a Portillo cuando en 1980 se abre en la Cámara de Diputados un debate sobre el

Derecho a la Información, donde decenas de oradores exigían al gobierno que no hubiera manipulación informativa y que se dejara expresar a todo aquel que quisiera, a lo que el presidente y su gabinete no “tuvieron oídos”.

Durante este mismo año, Portillo autoriza a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes planear un sistema de satélites, para dotar al país de una comunicación nacional más eficiente. Posteriormente, Televisa se comprometió a instalar las estaciones terrestres que integrarían la red nacional de comunicaciones vía satélite y el Estado se comprometió a conducir las señales que Televisa requiriera para sus transmisiones. Este proyecto llevaba el nombre de Ilhuicahua, “señor dueño del cielo”, pero el sucesor de este presidente, le cambió el nombre por José María Morelos, “Siervo de la nación”.

En 1981, se da la estatización del transporte público y un año más tarde se nacionaliza la banca. Poco después y dejando al país en pésimas condiciones económicas, políticas y sociales, cede su lugar al siguiente mandatario: Miguel de la Madrid Hurtado (1982-1988).

De la Madrid establece conversaciones con fuentes crediticias internacionales con el propósito de controlar el pago de intereses de la deuda externa, la cual había crecido de 1971 a 1982, 14.5 veces, es decir, de 6,641 millones de dólares en 1971 a 96,700 millones de dólares en 1988.

Bajo la excusa, de que la fuga de capitales era tan constante que llegó el momento que el nivel del dinero que salía al exterior amenazaba las reservas del Banco de México. Este hecho reveló, la existencia de una economía en quiebra, mal administrada y corrupta.

El gobierno de Miguel de la Madrid se estructuró bajo el lema “renovación moral de la sociedad”. Sus primeras medidas repercutieron en la libertad de expresión de los medios de

información, a grado tal, que 1985 se cubrió de sangre con el asesinato de Manuel Buendía, columnista del diario Excélsior. La censura a los medios de comunicación, se había hecho aún más estricta, sin embargo, Televisa continuaba siendo condicional del gobierno al reiterar Miguel Alemán Velasco que ellos sólo tenían un jefe, que el presidente de la República, quien era el capitán del barco y al cual se le debía ofrecer todo el apoyo, y que él, en lo personal, consideraba que en los momentos de crisis, no se le podía traicionar al jefe.

Por otro lado, en este mismo año, el Estado se integra a las transmisiones vía satélite con el Sistema Morelos de Satélites, construidos por la empresa estadounidense Hughes Corporation y puestos en órbita por la NASA. El satélite Morelos I fue enviado al espacio en junio y el Morelos II el 27 de noviembre del mismo año.

El periodo que abarcó De la Madrid se vio cubierto por una serie de reformas que originarían un giro total en la vida de los mexicanos. Una de las primera medidas que se tomaron, fue la descentralización económica, política y social. La idea de hacer participar a la sociedad en la toma de decisiones estaba presente en sus proyectos, por lo que, en los primeros años de los ochenta, se llevaron a cabo Foros de Consulta Popular.

Es el tiempo en que se da también los primeros indicios del neoliberalismo, que no es otra cosa, más que la nula participación del Estado en la industria. La causa de esto, había sido dar seguimiento y cumplir con uno de los objetivos establecidos por el gobernante en turno, que era el de disminuir el déficit del sector público, por lo que se redujo al sector paraestatal y se aminoraron los subsidios destinados a los bienes de consumo básico. Este programa de privatización, tenía también como finalidad reforzar al Estado para que este se dedicara, a actividades prioritarias. Pero lo único que hizo, fue dejar a un gran número de familias en el

desamparo y en la desesperación de no contar con un trabajo que les proporcionara un ingreso para solventar, sus necesidades vitales.

El proceso de privatización se inició en 1983, contando con 1,155 empresas estatales, lo cual, para 1990, sólo se tenían 315. Estaba claro, que para los extranjeros, México resultaba atractivo por ofrecer la mano de obra más barata de los países semindustrializados, compartir con Estados Unidos una frontera de tres mil kilómetros, reformas a la Ley de Inversión Extranjera, que parecía favorecerlos y un amplio mercado de consumidores.

Esto sólo demostraba la gravedad de la crisis financiera del Estado y su apego a los lineamientos del Fondo Monetario Internacional (FMI) para reestructurar la economía del país. Como era de esperarse, los resultados fueron catastróficos para la sociedad mexicana, el desempleo aumentó, el precio de los productos de la canasta básica se elevaron y problemas sociales como el vandalismo, el robo, las adicciones, etc, se agudizaron.

Para colmo, la corrupción se percibía en cada momento, en cada acción. El gobierno había tomado una aptitud centralista, una forma de controlar todos los aspectos era desde su único lugar: la ciudad de México, poniendo de manifiesto su poca operatividad.

Ante la crisis que se recrudecía cada día más y más, el PRI prometía la modernización política mediante su propia renovación. Para 1986, el PRI contaba con tres protagonistas: Porfirio Muñoz Ledo, Cuauhtémoc Cárdenas, quienes posteriormente fundaron el Frente Cardenista, y Rodolfo González Guevara. No obstante, la crisis interna que se había venido presentando originó la separación de Porfirio Muñoz Ledo y Cuauhtémoc Cárdenas, quienes fundaron el Frente Cardenista, por un lado y por el otro, el Partido de Acción Nacional tomó fuerza al tener como líder a Manuel J. Clouthier, “El Maquío”.

A raíz de esto, en 1988 había tres candidatos a la presidencia: Cárdenas, de la Corriente Democrática; Clouthier, del PAN y Carlos Salinas de Gortari, por el PRI. Las elecciones del 6 de julio, se dieron en medio de un ambiente agitado y desconcertante, las diversas marchas que se habían realizado apoyaban a Cárdenas y al “Maquío” Clouthier; las clases medias y populares se levantaban ante las injusticias que habían padecido por muchos años. Sin embargo, a pesar de todos los intentos por lograr un cambio, el sistema de cómputo, misteriosamente, “falló” y una vez más, la historia se volvía a repetir, el poder se encontraba nuevamente en el PRI, con su nuevo presidente: Carlos Salinas de Gortari (1988-1994), considerado como el segundo gobernante más tirano.

El gobierno de Salinas inició bajo una atmósfera de rechazo y de una doble oposición: la de su propio partido y la de los demás. Al igual que sus antecesores, su mandato se rigió bajo un lema, el del era “modernización”

Un año más tarde de haber tomado posesión, se crea el Programa Nacional de Solidaridad (PRONASOL), con el fin de apoyar el desarrollo social de los grupos marginados de México mediante la participación social organizada. No obstante, el PRONASOL, que también se caracterizó por llevar una propaganda política a favor de su partido, sólo absorbió, en 1991, u ocho por ciento del gasto en desarrollo social.

Las proporciones de gasto en desarrollo social se daba en cuestión de que por cada peso que gastara el gobierno en bienestar social, 46 centavos se destinaban al sector salud, 42 centavos a la educación y sólo cuatro centavos al desarrollo urbano.

Mientras tanto, para 1990 se comienza a informar a la opinión pública sobre la posibilidad de firmar el TLC con Estados Unidos y Canadá, a fin de facilitar, aún más, la

inversión directa estadounidense en el país, contrarrestar el poder que tomaría Europa en su conjunto y con Japón.

En este mismo año, se hacen nuevamente reformas al partido, sin embargo, para la sociedad era difícil de creer que los cambios que se pronosticaban fueran para su bienestar, más aún, cuando el pueblo sabía bien que quien pretendía hacer tales movimientos, se habían caracterizado por su antidemocracia.

Por otro lado, la televisión estatal seguía dando motivos de que hablar, por lo que cuando se publicó la intención de vender el canal 22, un grupo de intelectuales mexicanos redactó y publicó, el 29 de enero de 1991, una carta abierta dirigida a Salinas, donde se le pedía que no se vendiera al sector privado, sino que se conservara con los fondos obtenidos de la venta del canal 7, para convertirlo como el canal cultural del Estado que cubriera la mayor parte del territorio y que su programación estuviera diseñada por un consejo representativo de la sociedad civil.

Este hecho fue avalado por un gran número de personajes distinguidos como periodistas, escritores, académicos y personas del mundo de las artes plásticas y visuales, música, cine, teatro y televisión. Gracias a esto, el proyecto, fue aceptado, marcando así, el momento en que la sociedad participa en decisiones que anteriormente, sólo hubieran sido de incumbencia del Estado, y un mes después, se constituyó un Consejo de Planeación para hacer una propuesta para el canal 22, integrado por José Sarukhán y Víctor Flores Olea, rector de la UNAM y expresidente de Conacultura, respectivamente.

Un año más tarde, José María Pérez Gay, asumió la dirección de dicho canal, cuyos objetivos eran: “rescatar nuestras tradiciones, darles voz a ciertos intelectuales y a grupos de la provincia y ser un canal cultural”.

A raíz de esto, se le comenzó a dar una mayor importancia a los programas enfocados a la ciencia y tecnología. Desafortunadamente, el talento mexicano se ha desaprovechado, y se le ha orillado a buscar en otros países el reconocimiento y el apoyo que en su propio país no tienen. Por tal motivo, Salinas creó seis fondos por un total de 285 mil millones de pesos, esto era algo adicional al presupuesto anual asignado a ciencia y tecnología. Además, se pretendía que dentro del proceso de reestructuración que el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), había emprendido, la comunidad científica participara más directamente en el diseño de la política científica y tecnológica que construía el gobierno.

Salinas contempló como prioridades la adquisición de equipos y materiales para proyectos seleccionados conforme a criterios de calidad y a su contribución al desarrollo del país, la retención de investigadores de calidad y propiciar el regreso de los que se encontraban fuera del país, el fortalecimiento de la capacidad de investigación y desarrollo de las empresas mexicanas, así como el desarrollo y la modernización tecnológica.

También durante este tiempo, se instaló el Comité Nacional de Concertación para la modernización tecnológica con la intención de que impulsara a la empresa privada para que participara de manera más directa en el financiamiento de las actividades de ciencia y tecnología.

El gobierno de Salinas intentó reestructurar las telecomunicaciones, ya que como lo señaló Andrés Caso Lombardo, secretario de Comunicaciones y Transportes de ese tiempo,

mientras dicho sector se operó bajo la sombra del Estado, hubo escasez de recursos, una reglamentación excesiva, incapacidad para atender la demanda, servicios poco eficientes, de pésima calidad y a precios muy elevados.

Después de una serie de cambios en el aspecto legal, el Estado sólo se reservó la actividad de la comunicación satelital y telegráfica, modificando el resto de las actividades de telecomunicaciones con la participación de los sectores público y privado.

A través de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, se firmó un contrato con la empresa Arianespace para poner en operación en noviembre de 1993 y en febrero de 1994, los satélites Solidaridad I y II respectivamente, cuya vida útil está garantizada por más de 14 años.

Por un lado, el sexenio de Salinas de Gortari tuvo un gran avance en aspectos de comunicación, ciencia y tecnología, pero, por el otro, se tiñó de sangre con el asesinato de Luis Donaldo Colosio y Francisco Ruíz Massieu.

Después de haber mencionado algunos de los aspectos más importantes que acontecieron desde el sexenio de Lázaro Cárdenas hasta Carlos Salinas de Gortari, es posible percatarse que desde su origen, los medios de comunicación masiva, específicamente la televisión, han estado al servicio del Estado, defendiendo sus intereses, por lo mismo se han convertido en objeto de censura y de manipulación, obedeciendo siempre los lineamientos de unos cuantos, y principalmente, las ideas políticas, económicas y sociales de todos y cada uno de los gobernantes que han ocupado la silla presidencial en el lapso de tiempo en que la televisión arribó a nuestro país y hasta nuestros días.

La industria cultural mexicana se ve fuertemente influenciada por el dominio estadounidense, que no ha hecho otra cosa más que desvirtuar el propósito fundamental de los medios dejando a un lado todo aquello que contribuye al desarrollo integral del individuo.

El aspecto lucrativo ha “robado terreno” ocasionando un desequilibrio en la balanza económica y social. Esto ha provocado la monopolización de los medios y por consiguiente, la mediocridad de los mismos. Para colmo, las crisis económicas que han “azotado” al país lo han dejado en, todos los sentidos, en pésimas condiciones y si a esto se le agrega la corrupción en la que se han visto envueltos nuestros gobernantes, la lucha por el poder entre los diferentes partidos, nos daremos cuenta, que tal sólo somos el producto de la avaricia, el engaño, la ignorancia y la manipulación que por muchos años ha prevalecido en el pueblo de México.

Por todo lo anterior, surge una pregunta: ¿hasta cuándo? se tendrán las condiciones propicias para que haya un presupuesto adecuado que estimule el talento nacional; para que la televisión sea el medio por el cual se difunda la verdad y no tan sólo sea objeto de silencio y de censura ante las movilizaciones sociales, ante el crimen, ante la corrupción, resultado de un pueblo que demanda hacerse oír a través de los medios.

Hasta el día de hoy, la promesa que expresó Salinas acerca de que los medios del Estado estarían abiertos a la crítica y al debate, y que en su operación privaría el criterio de la participación solidaria y la cultura, aún no se ha cumplido.

## **CAPÍTULO 3: COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN**

### **3.1 TELEVISIÓN EDUCATIVA.**

Desde pequeños, nos vemos envueltos en el fantástico ambiente de la televisión. Esto ha tenido efectos de largos e importantes alcances en la vida y el desarrollo de las naciones. Por varias décadas, ha mantenido a la población informada, entretenida, divertida y hasta en ocasiones, también ha contribuido en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la misma.

Por lo que se puede afirmar, que guste o no, este adelanto tecnológico llamado televisión, es el medio de comunicación hecho por y para las masas, cuya efectividad ha rebasado las ideas primitivas que un día se tuvieron respecto a esta.

Con el advenimiento de la televisión, nuevas expectativas dieron inicio. No se trataba tan sólo de crear el artefacto perfecto que distrajera a la humanidad de sus problemas y obligaciones, sino que había de encontrarle un uso social que permitiera lograr un bien común, y que mejor, que en el campo de la educación.

La educación es el resultado de un conjunto de enseñanzas y aprendizajes, donde la memoria juega un papel primordial. Como se recordará, la enseñanza es algo sin estructura, es innato, empírico, a lo cual se le podría llamar el nivel primario en la condición del ser humano; en el aprendizaje, en cambio, se debe de seguir un procedimiento, una estructura que guiará paso a paso con el fin de obtener un conocimiento.

Y si bien es cierto que la enseñanza y el aprendizaje se “absorben” y captan con la ayuda de la familia y la escuela, también lo es el hecho de que la tecnología, ha sido, es y será el soporte más valeroso con el que ha contado la educación.

De acuerdo a su definición, tecnología es “el conjunto de conocimientos propios de un oficio mecánico o arte industrial”<sup>1</sup>, que sería infructuoso si no se especificara correctamente a quien va dirigido, cuál es el objetivo a alcanzar, conocer el apoyo que puede brindar, y algo sumamente importante, su buen funcionamiento y manejo.

Es por esto, que la tecnología educativa, también conocida como tecnología de conjunto, requiere de una excelente planificación y coordinación para el buen funcionamiento en un medio en donde debe prevalecer la enseñanza renovada, caracterizada por el dinamismo y motivación que debe de haber en la adquisición de conocimientos, y no precisamente por la rigidez, pasividad y desgano que provoca el tradicionalismo desmedido.

Es aquí precisamente, donde se conjuntan la tecnología con la educación para dar origen a la llamada Televisión Educativa, definida como: “cualquier clase de programas educativos de video que se presenten con cualquier propósito serio, o como un intento de enseñar algo a alguien”.<sup>2</sup>

También se le conoce como Televisión Instructiva, la cual se refiere a transmisiones electrónicas de un conjunto de materias específicas que se enseñan a los alumnos en sus hogares o en las escuelas.

---

<sup>1</sup> Raluy Poudevida, Antonio. *Diccionario de la lengua española*, pág. 733.

<sup>2</sup> Gordon N., George. *Televisión educativa*, pág., 4

Los programas de televisión instructiva pueden estar o no a cargo de un profesor, o bien, bajo la actuación de un actor profesional o inclusive de un narrador, sin embargo, es muy usual que aparezca el maestro de la clase en el desarrollo de los mismos.

El hablar de televisión no sólo es referirnos a comunicación, sino también al medio que ayudará a aprender otras cosas y a reafirmar lo ya conocido; y si es esta, precisamente la que nos acompaña en nuestro entorno familiar, por qué no llevarla hasta el lugar de aprendizaje.

Ahora bien, sabemos que la televisión es real e inmediata, que en cuestión de segundos transmite eventos importantes como la sucesión presidencial, o los cambios del dólar, o de la guerra más renombrada de los últimos años, hechos como estos no pueden ser igualados, en ningún sentido, si se leen en un periódico o si se escuchan, por lo que aquí se encuentra otro punto a favor de la televisión en el terreno educativo, ya que es más fácil recordar una imagen precisa y no un texto largo y tedioso, factor importante para la memoria y, por lo tanto, para el aprendizaje.

Por supuesto, que para lograr que la educación tenga un mayor éxito, es necesario preparar los programas con material para grupos específicos, ya que el mismo programa puede llegar a millones de personas las cuales tendrán diferentes enfoques y perspectivas, pero si estos están claramente definidos a quién irán dirigidos, se podrá lograr un mejor resultado.

Es importante también señalar, que para que esto funcione adecuadamente es primordial la actitud de quienes participan en el desarrollo de la televisión educativa y no sólo del auditorio, sino también, de quienes están detrás de esta.

En el caso del director de la escuela, su función es extremadamente importante, de él depende, en gran medida, la orientación y organización del equipo escolar con el propósito de

aumentar la eficacia de la enseñanza que se dispersa. Su comportamiento, resulta determinante, ya que es el indicado para establecer relaciones y colaborar con las instituciones externas y será también él quien designe al equipo de educadores que participarán en el proyecto. Como puede verse, la figura del director va más allá de tan sólo imponer reglas, también funge como el arquitecto de la pedagogía.

Por su parte, el educador, también ve modificado su comportamiento, compromisos y su función, debido a que no sólo se relacionará con sus alumnos, sino también, es muy probable que sus relaciones las amplíe con otros especialistas en materia de comunicación, de humanismo y de sociología. A partir del momento en que se integra a este equipo de trabajo, deja de ser el profesor que impartía una materia individualmente para convertirse en un miembro más del grupo que requiere de la presencia y el apoyo de otras fuentes de información, por lo que su actuación no sólo consiste en ver al alumno como un simple auditor cuya tarea es la de transcribir y memorizar mensajes, sino como aquel aprendiz que requiere que se le estimule, se le aconseje, se le guíe en medio de un conjunto de procedimientos y de tecnología.

Por lo anterior, el educador debe ser capaz de escuchar una exposición, pero también de mirar un filme, de tener capacidad de autoanálisis para poder detectar sus fallas y corregirlas, de trabajar en grupo o individualmente, de conocer el funcionamiento y el desarrollo de un programa con fines pedagógicos y algo muy importante, de contar con la habilidad de crear, de imaginar, de innovar para que su trabajo no caiga en la pesadez, en la pasividad y en el aburrimiento de una enseñanza tradicional.

De esta manera, el profesor, se convierte en el elemento estimulante entre el alumno y tecnología, entre estudiante e información, por lo que tendrá que adoptar un nuevo paradigma en cuanto a comunicación se refiere, que le permita lograr no sólo el contenido de una materia, cualquiera que esta fuera, sino el objetivo primordial de esta técnica, la adquisición de conocimientos.

Pero el maestro, también deberá estar consciente que la utilización de la televisión educativa fomenta en el alumno la libertad y responsabilidad en todos los sentidos, por lo que habrá ocasiones, en que la presencia del profesor deberá ser más ligera.

Sin embargo, es conveniente hacer hincapié en un aspecto de gran importancia, el cual podría ser motivo de preocupación, de inquietud y de rechazo, y por lo mismo, de resistencia al cambio, para muchos profesores, y esto es el hecho de que la tecnología, llámese televisión, computadora, video, etc. pueda en algún momento dado, reemplazar al maestro.

Sin embargo, no olvidemos que la figura y la presencia de todas aquellas personas que por años han transmitido sus conocimientos y experiencias de generación en generación, nunca podrá ser sustituida, pues las estrechas relaciones de fraternidad, de compañerismo y de amistad, que en muchos casos se han llegado a dar entre profesores y alumnos, no podrán ser comparadas y alcanzadas ni con la más potente tecnología

En lo que respecta al alumno, razón de ser de la televisión educativa, este debe de contar con los deseos suficientes para aceptar y trabajar con otros medios distintos a los que estaba acostumbrado, muchas veces lo rutinario de la actividad llega a fomentar en el estudiante la conformidad, la falta de iniciativa y de “apetito” por querer aprender más cada día. Pero, es aquí, precisamente donde se debe integrar el equipo para incitar al alumno a ir en busca de ese

conocimiento. Entendiéndose por equipo, no sólo a los maestros, especialistas, alumnos y algunos otros que participarán en el sistema educativo, sino también, a la tecnología que habrá de emplearse y que será complemento de lo primero.

En lo que concierne a la televisión, cuando el aprendizaje requiere de una relación continua de maestro a alumno, esta puede no lograr los resultados anhelados, por lo que la utilización su dependerá de los objetivos, del análisis de las materias, con el propósito de determinar la forma de presentación, la metodología a seguir, conocimientos previos, nivel y modo de aprendizaje de los alumnos, entre otras cosas.

Como se ha visto, cada miembro del gran equipo, deberá tener su función claramente definida, sin olvidar, la participación cooperativa y la interrelación de los mismos, así como también, la certeza de que sin su colaboración no sería posible la realización de dicha idea, por lo que el papel de aquel que funja como líder será fundamental, ya que no sólo tendrá que saber dirigir, sino también deberá tener la debida sutileza para motivar.

En lo que concierne al lugar de la transmisión, es imprescindible contar con el espacio adecuado, el salón de estudio debe adaptarse a todos los elementos requeridos para un buen aprendizaje, como lo es contar con una buena iluminación y ventilación, televisores en buen estado y conexiones distribuidas adecuadamente.

De esta manera, todos y cada uno de los elementos antes mencionados, contribuirán al desarrollo efectivo de lo que implica el acto educativo, entendiéndose este como la conjugación de los tres tiempos: el de información, el de explotación y el de asimilación. El primero, se caracterizará por la relación entre maestro-alumno, y entre estos con el salón de clases. El segundo, estará conformado por la discusión que se generará en el grupo como consecuencia

de la utilización del o de los medios audiovisuales, y por último, el de asimilación, que será el conocimiento “digerido” en cada alumno.

### **3.2 FUNCIONES Y UTILIDAD DE LA TELEVISIÓN EDUCATIVA.**

La funcionalidad de la televisión educativa dependerá de las necesidades y circunstancias de cada nivel educativo, así como de los planes y programas de estudio, de ahí que se deriven cuatro principales funciones:

1. Como auxiliar: la televisión es utilizada como un medio adicional que permitirá el desarrollo de las clases.
2. Como complementaria: se pretende ampliar y complementar el proceso de aprendizaje de una manera flexible e informal, pero bajo una adecuada organización y con una secuencia lógica.
3. Como suplementaria: esta se presenta cuando se carece del personal docente, por la falta de instalaciones o por lo lejos que se puede encontrar algún centro de enseñanza poniendo al alcance de una mayor número de personas el conocimiento en los distintos niveles.
4. Como de extensión: su propósito es el de ampliar los conocimientos y elevar el nivel cultural, se caracteriza porque permite la emisión de áreas del conocimiento que no han sido estudiadas.

Esta última función es la que ha despertado una polémica entre algunos autores y docentes, porque mientras que para unos representa ventajas como las de llevar al salón de clases acontecimientos que serían imposibles de observar en el ámbito escolar, y que además podrían ser susceptibles de desencadenar discusiones entre los alumnos, llegar a un gran

número de estudiantes y reducir la pérdida de tiempo en la preparación de experimentos de cátedra, entre otras cosas; para otros, representa la baja participación activa del alumno, la fugacidad del mensaje, un pésimo control en la relación del alumno y un alto costo que alteraría el funcionamiento de la escuela en su conjunto.

Sin embargo, y a pesar de los factores en contra que pudieran encontrarse además de los ya mencionados, es necesario reincidir en la importancia de contar con este medio audiovisual que agiliza y facilita el proceso de enseñanza-aprendizaje, ya que como se sabe, más vale una imagen que mil palabras, y en cuestión de educación, se requiere de una reflexión profunda para decidir si es conveniente escatimar un peso, tomando en cuenta que esta es la base del desarrollo de un país.

Ahora bien, la utilidad educativa de la televisión puede quedar enmarcada en tres situaciones: primero, como medio de enriquecimiento, es decir, como recurso adicional que deberá aumentar el conocimiento previamente adquirido y esto podrá ser mediante una película o una conferencia.

Segundo, como enseñanza cooperativa o de grupo, caracterizada por la transmisión de un tema específico que servirá de ayuda para repasar alguna lección o para propiciar la sección de preguntas y respuestas después de haber visto alguna conferencia, en este sentido, las transmisiones estarán sujetas a la materia o al nivel de instrucción

Y por último, como enseñanza total, donde no se cuente con la presencia física del maestro sino tan sólo del que aparezca en la pantalla de televisión y en donde la responsabilidad recaerá totalmente en el espectador, relacionándose también con la naturaleza de las materias, pero a diferencia de las dos anteriores, este tipo de televisión presenta dos importantes

inconvenientes: el primero, es que si el alumno no se encuentra motivado difícilmente asistirá a una transmisión de este tipo, y segundo, es la calidad de las difusiones por lo que todos los que intervienen en esta deberán efectuar su trabajo cabal y profesionalmente.

### 3.3 EDUCACIÓN Y DIVERSIÓN

¿Por qué la televisión educativa tiende a ser monótona, tediosa y “pesada”? En cuanto el televidente enciende el televisor y se encuentra ante una transmisión educativa sabe de antemano, que esto es sinónimo de aburrimiento, por lo que prefiere cambiarle al noticiero violento, al melodrama de las telenovelas, o inclusive a la llamativa publicidad de determinados productos, todo antes de que transcurran los minutos lentamente ante una emisión de carácter educativo, por lo que en este sentido, cabe hacer referencia a las palabras de Carlos Monsiváis que dice: “la opinión pública rezonga contra la violencia o la banalidad en la TV y se sienta gustosa a ver todos los programas; los padres de familia, incapaces de poner el ejemplo y abstenerse de la fascinación por el flujo de imágenes negocian en vano con sus hijos el horario concedido ante el aparato; los expertos se desesperan ante el desvalimiento de los sometidos a dietas televisivas, y comentan con o sin sorna que hoy la mayoría de los recuerdos de infancia provienen de la televisión.(Un niño sin sobredosis televisiva, nació adulto)”<sup>3</sup>

Por su parte, Laura Márquez Elenes menciona en su artículo titulado “Una pista para el análisis de emisiones educativas en televisión”, que para modificar y “ligerar” el mensaje educativo, es preciso, conocer su estructura y el significado del mismo.

---

<sup>3</sup> “El Universal, 27 de septiembre de 1998, pág. 7

Sin embargo, si bien es importante considerar estos factores, también lo es el hecho de conocer y profundizar un poco más en los gustos y deseos de a quienes está dirigido el mensaje, de indagar en sus hábitos y preferencias, de saber que les gusta ver, cómo y en qué momento, cómo influyen los aspectos de color, sonido y movimiento en la aceptación o rechazo de un programa, que música les agrada para disfrutar de una emisión televisiva, cómo intervienen las tomas en la atención del televidente, qué encuentran de atractivo en ciertos programas, así como factores sociales, económicos y familiares. Captar lo que las personas desearían ver e identificar la interpretación que el receptor le da al mensaje, considerando su conocimiento, experiencia o valoración.

Esto mismo ocurre con la televisión comercial, y de aquí su impacto en la población, porque brinda lo a que a la gente le gusta y le atrae. Entonces, por qué no modificar la concepción que se tiene de televisión educativa y adoptar, en parte, lo que es del agrado del televidente, sin olvidar, claro está, la calidad, el profesionalismo para realizarla y el sector a quien está dirigida.

Entre el aspecto educativo y comercial existe una diferencia radical que delimita la función de uno y de otro y que resalta el abismo prevalecente entre la televisión educativa y la comercial debido a que la primera está sujeta a contenidos concretos y a objetivos trazados que no aceptan elementos distractorios y que por lo tanto, requiere de imágenes “limpias”, donde no haya ruptura con sus objetivos pedagógicos. En cambio, la segunda, maneja sus mensajes con entera libertad, con un sinnúmero de elementos distractorios y siempre haciendo de la realidad el espectáculo más llamativo para atraer al televidente y aumentar su capital.

Me atrevo a especular, más no a afirmar, que en este medio, a nadie parece importarle el contenido, la imagen asume, por sí sola, su espectacularidad sin saber que dice, pero siempre mostrándose y exhibiéndose.

En este sentido, Delia María Covi Druetta, miembro del Consejo del Sistema Nacional de Educación Tecnológica (COSNET) en la década de los ochenta, hizo referencia a la aplicación de algunas líneas de trabajo que deberían seguirse y que en esencia, representan la combinación de una y de otra televisión donde se pongan en marcha proyectos con disponibilidad no sólo económica, sino también de tiempo, donde se siga una metodología complementaria.

Esto sería, en mi opinión, una muy buena manera de atraer la atención del público deseado siempre y cuando, se juntara, correctamente, el camino de la educación con el de la pedagogía, se contara con personal preparado que conozca y domine ambos elementos y contemplar la idea de incorporar, sin olvidar los objetivos, lo espectacular de la televisión comercial a la educativa, quizá no tal y como se da en la primera, pero si pensando en que se trata de un auditorio joven y entusiasta.

### **3.4 BASES PARA LA ELABORACIÓN DE LOS PROGRAMAS.**

La televisión educativa nació de la necesidad de llegar a un grupo específico de televidentes, por lo tanto, es en este sentido, en quien deben estar basados la elaboración de los proyectos, ya que el éxito o el fracaso de la comunicación depende, en parte, del receptor.

La Unidad de Televisión Educativa y Cultural (UTECA), productora de programas educativos y culturales dependiente de la Subsecretaría de Cultura, que tiene como una de sus funciones primordiales el apoyar el proceso de enseñanza-aprendizaje y mejorar el ambiente cultural del país, ha realizado una serie de evaluaciones de los diversos programas que produce tomando en cuenta al receptor, con la finalidad de mejorar la realización de los programas y de cubrir los objetivos del público heterogéneo a quien se dirige.

Antes de comenzar la evaluación, el investigador deberá conocer los objetivos de la serie, los capítulos o programas que la forman y la finalidad del estudio. Por lo regular, lo que se ha indagado, es acerca de la aceptación de un programa piloto y para emitir sugerencias para posibles modificaciones que pudieran contemplarse en lo sucesivo.

Una vez definidos los objetivos, el siguiente paso será el de la formulación de las preguntas que serán aplicadas para una adecuada toma de decisiones, considerando un importante factor, la limitante de tiempo y de acción.

Posteriormente, se seleccionará una muestra representativa, tomando en cuenta que en muchas ocasiones, resulta un tanto complicado debido a lo heterogéneo que puede resultar la población.

Ahora bien, es necesario entablar una estrecha relación entre los evaluadores, los productores y los realizadores con la finalidad de conjuntar todas las opiniones referentes al programa desde los aspectos técnicos hasta los de contenido y estructura para obtener resultados favorables.

Asimismo, se realiza un análisis de contenido, ya sea de los programas piloto o de los de producción avanzada, pretendiendo conocer el mensaje de los programas y resaltando los

elementos que aparecen de manera constante para determinar la aplicación de los elementos de evaluación.

La selección y elaboración de los instrumentos depende de los objetivos de evaluación, de la adecuación del lenguaje y referencia cultural del público al que se desea aplicar, esto, porque se ha comprobado que la simple utilización de instrumentos rígidos, tales como el cuestionario y la entrevista cerrada, han probado ser pobres y limitados para la evaluación de programas educativos, culturales e infantiles, mientras que las entrevistas individuales abiertas, las dinámicas de grupo, los dibujos y actividades (en el caso de público infantil), así como las guías de atención y la observación del comportamiento de las personas en el momento de la exposición de los programas, han arrojado una mayor información que ha sido de gran ayuda.

Una vez que se conoce esto, el siguiente paso a seguir es el reproducir, lo más fielmente, la situación en la que las personas ven la televisión habitualmente. En la evaluación de programas educativos, lo común, es hacerlo en las teleaulas donde se encuentran los alumnos.

Pero, sin lugar a dudas, el paso más complicado que le precede es el de la interpretación de los datos, donde en algunas ocasiones, por la utilización de entrevistas abiertas, es difícil una precodificación, por lo que el investigador tendrá que ser muy objetivo al realizar su función. Cuando se trata de codificar los materiales que muestra la comprensión del contenido de los programas, se requiere de una estipulación previa de los parámetros de evaluación para establecer el puntaje mayor o menor según las respuestas.

Así, si se lleva a cabo una observación, se completará con los resultados de las entrevistas con la finalidad de interpretar los resultados, los cuales serán contrastados con el

público al que se le aplicaron los instrumentos para obtener las conclusiones y recomendaciones sobre los programas. Cabe mencionar, que esta evaluación, no pretende remplazar, limitar o coartar el proceso creativo de los proyectos.

Por último, cabe señalar, que además de lo ya mencionado, cuando se piensa en televisión educativa, hay que considerar los intereses de los alumnos, elemento prioritario de la misma, porque para ellos está destinada, una presentación clara, simple y accesible facilitará su comprensión. Hay que recordemos que todo cuanto usamos, vemos o escuchamos, tendrá el valor que cada quien le quiera dar.

### **3.5 ANTES, DURANTE Y DESPUÉS DE LA EMISIÓN.**

Una consideración importante para la eficacia y calidad de la recepción, lo constituye, sin duda el uso apropiado de los elementos materiales. Comencemos por mencionar lo trascendental de la elección del receptor. Se recomienda que este sea de 63 cm. Para 30 alumnos y de 68 cm. Para 50. Hay quienes piensan que entre más grande sea la pantalla, mayor será también la eficacia pedagógica de la televisión, y no es precisamente esto, pero si en cierta forma, entre más pequeña sea la pantalla puede provocar cansancio y una impresión de saturación, por lo que se propiciaría una falta de concentración y por consiguiente, una deficiente captación del mensaje.

En cuanto a su ubicación, es preferible que se coloque a espaldas de la luz, para evitar el deslumbramiento y a una altura aproximada de 90 cm. Por encima de la línea de visión del alumno sentado. Estos deberán estar sentados de tal manera que se facilita la observación

cuando esta deba ser muy minuciosa o cuando se requiera de la percepción del movimiento de los labios para adquirir un conocimiento, como en el caso del aprendizaje de los idiomas.

Es importante contemplar, que en algunas ocasiones se podrá dificultar esto, sin embargo, el maestro deberá estar preparado para compensar esta situación e intervenir oportuna y adecuadamente. Y aunque no sea por esta causa, el profesor deberá instruirse previamente del contenido. Todo esto, con el propósito, no sólo de propiciar la atención de los alumnos, sino, también para preparar y explotar el contenido de la emisión.

También la condición del local, aula, salón de clases, o como se le quiera llamar, juega un papel muy importante. Este deberá estar acondicionado de manera que el ruido exterior no sea un factor de distracción para los alumnos y con una ventilación adecuada, ya que un ambiente caluroso genera un estado de somnolencia. Y por último, siempre es conveniente relacionar con lo visual otras herramientas como libros, revistas, comentarios, etc.

Durante la fase de emisión, la actividad no puede reducirse a una recepción pasiva, si la emisión se presta para ello, el maestro debe ser lo suficientemente astuto para generar una participación activa y no concretarse a observar el desarrollo del documento desde un rincón del salón de clases, su participación y ejemplo es muy importante ya que será esto lo que influirá en la atención y el comportamiento de sus alumnos. Por lo que el maestro, deberá estar en cada momento al pendiente de lo que sucede, podrá apoyarse con sus notas de los aspectos más importantes, de las imágenes más llamativas o de las palabras o frases que considere de difícil entendimiento, así como también, podrá anticipar brevemente lo que precederá, si es que está en conocimiento de ello.

Ahora bien, es muy común que cuando hay una actividad de este tipo, los alumnos, por lo regular, toman nota de lo que están recibiendo escuetamente, más no de lo que podrían observar si toda su atención fuera para la emisión documental. El tomar notas entorpece la comprensión del mensaje televisado, a excepción de que este se repita para tal actividad, pero esto ocasionaría una pérdida de tiempo de impresionante, además, lo único que se origina con esto, es transcribir a medias el mensaje sin reflexionarlo y con una serie de incoherencias, que a final de cuentas, no es de gran utilidad, perdiendo así, la oportunidad de aprender de las imágenes.

También un aspecto importante en el cual el profesor debe estar al tanto, lo es la actitud del alumno, hay quienes muestran un total desinterés por la emisión y hay otros, que por el contrario, son absorbidos, aparentemente, por esta. En ambos casos, puede haber problemas de diferente índole, los cuales el profesor debe ser capaz de detectar.

Por otro lado, una vez que la emisión ha llegado a su fin, es imprescindible que los alumnos puedan expresar sus comentarios, ideas, percepciones, críticas y demás, de una forma libre y sin censura. Lo que dará margen a que el profesor guíe las opiniones de cada alumno hasta una discusión generadora de aportaciones valiosas que permitirán la conexión de las palabras con las imágenes, y por consecuencia, la aclaración de las dudas o errores en los que se pudo haber incurrido en la interpretación de las mismas, hasta llegar a un acuerdo entre los integrantes del grupo respecto a las conclusiones y sobre todo, lo más importante, la adquisición del conocimiento, que no sería tal, sin la retroalimentación oportuna.

Es recomendable, que una vez hecho esto, se realice una especie de informe o resumen individual por parte de los alumnos, de lo que estos comprendieron de manera global, para que

por escrito no haya forma de olvido o de confusión después de un tiempo.

### **3.6 EL ENFOQUE DE SISTEMA EN LA EDUCACIÓN.**

Para algunas escuelas resulta costoso emplear métodos audiovisuales, por lo que es conveniente considerar otras alternativas que les permitan lograr el objetivo para lo cual fueron creadas. Una de estas podría ser el enfoque de sistema.

La tecnología educativa podría combinarse con el enfoque de sistema. Un sistema es un conjunto de elementos, de diversa naturaleza, que se encuentran relacionados entre sí; pues bien, el enfoque en sistema representa una manera planificada de utilizar este conjunto de elementos donde los recursos humanos y materiales se unificarán para lograr el objetivo pedagógico determinado.

El sistema en educación no se concreta a obtener información mediante mensajes verbales encontrados en los libros, cuadernos o en alguna otra fuente, este va más allá al tomar en consideración el equipo conformado por personas, aparatos y procedimientos disponibles, a fin de descubrir aquellos que mejor contribuirán a los objetivos por el hecho de optimizar su utilización, teniendo en cuenta el presupuesto, las condiciones materiales y la preocupación por el grado de asimilación de cada alumno, y el grado de motivación, la forma de aprendizaje y la necesidad de relaciones interpersonales en el proceso de estudio.

Pero estos elementos varían de acuerdo a las características psicológicas, intelectuales, así como por su nivel sociocultural y su experiencia, por lo que el sistema deberá permitir la organización de una enseñanza donde prevalezca la diversidad.

Por lo que, integrar el recurso audiovisual en un sistema, no significa solamente adquirir material, sino más bien de obtener o tal vez de aprovechar, con el que se cuenta para lograr dar un buen servicio en beneficio de la propia educación, sin olvidar, que el éxito de un sistema depende de la sagacidad con la que se relacionen todos sus elementos y no de la individualización de los mismos.

Por lo demás, en la puesta en práctica de un sistema, el ingenio y la imaginación adquieren tanta importancia como el análisis de los componentes y el estudio de su combinación.

Ahora bien, un sistema se podría considerar como un proceso rígido donde se da lo que se conoce como retroalimentación y donde posiblemente se pudieran corregir ciertos errores, sin embargo, en la educación, tendría que haber un mayor grado de flexibilidad, de libertad y de consideración por los posibles cambios que pudieran suscitarse debido a la presencia de una variable impredecible como lo es el factor humano, por lo que en el enfoque de sistema en educación se debe fusionar la eficacia pedagógica con la creatividad tomando en cuenta que los alumnos no desean ser una “fabricación” del mismo sistema, sino un elemento pensante y ansioso de elegir sus propios cursos, de organizar sus estudios, de determinar algunos objetivos, etc., por lo que el sistema siempre deberá estar abierto a la crítica en beneficio del mismo y por consiguiente, de la comunidad estudiantil.

Por último, se puede afirmar que una adecuada intervención y colaboración del director de la escuela y sus servicios administrativos, así como de un equipo de educadores, alumnos y especialistas, permitirán que el enfoque en sistema sea una valiosa herramienta para la enseñanza.

### 3.7 EL CIRCUITO CERRADO.

Las transmisiones de circuito cerrado, son otra forma de televisión educativa y hay quien las define como: “aquellas que se transmiten a una zona prescrita definida, de tal modo que no puedan captarlas los receptores convencionales”.<sup>4</sup>

Otros las consideran como “las instalaciones de televisión en la cual la cámara y una pequeña emisora se hallan unidas por cables a un pequeño número de televisores, razón por la cual las imágenes no pueden ser captadas por otros aparatos”.<sup>5</sup>

La televisión integrada en circuito cerrado constituye la innovación más óptima en cuanto a la enseñanza-aprendizaje, puesto que a través de ella se combinan factores tales como la motivación, la participación y una actitud crítica por parte de los alumnos.

En este sentido, no sólo se integra el método audiovisual típico, sino también es que revolucionó la comunicación audiovisual como estrategia pedagógica, ya que facilita la presentación de los mensajes, debido a que estos son difundidos desde un estudio central e impulsa a la producción de los mismos.

Cabe mencionar, que la gran diferencia entre las emisiones de televisión en circuito cerrado y las emisiones escolares de la televisión abierta, radica en que la primera, debido a que se produce desde el lugar de los hechos, tiende a cometer errores por la presencia de una producción no profesional, pero precisamente por esto, tiende a presentar sus mensajes de manera “abierta”, ya que estos estarán mejor adaptados a las necesidades de la comunidad estudiantil, siendo esto precisamente, lo que se debe entenderse por calidad, ya que debe

---

<sup>4</sup> Gordon N., George, *op. cit.*, pág. 5

<sup>5</sup> Salas, R. *Televisión en negro y en color.*

aceptar las críticas para ser completado, mejorado y/o prolongado, por lo que promueve la participación del espectador, haciéndole sentir como parte importante del mismo proyecto al invitarlo a que aporte algo, a verificar y analizar aquello que le es presentado, desapareciendo así, la imagen pasiva y conformista del espectador.

Por el contrario, las emisiones escolares de la televisión abierta, tienden a ser emisiones “cerradas” donde impera la “perfección” de la producción profesional, y donde se concretan únicamente a la transmisión de información de una manera pasiva, sin considerar las inquietudes del auditorio.

En cuanto a la actitud del maestro en el empleo del circuito cerrado, este podrá adoptar una manera más libre de llevar a cabo sus exposiciones, mediante el apoyo de los materiales que requiera, en cambio en la televisión abierta, tendrá que adaptarse a una metodología de la propia producción.

El circuito cerrado no sólo promueve la actividad, sino también, permite percibir de otra manera el mensaje, ya no se espera encontrar en este espectáculo, sino más bien, el documento de trabajo que brindará un soporte para la educación.

Por un lado, puede reproducir las emisiones de la televisión abierta, y por el otro, crea a medida de la escuela, de la clase o del nivel, mensajes cuya cualidad esencial es la integración apropiada en un sistema de enfoque combinado con la adaptación de los requerimientos locales.

Las escuelas dotadas de un circuito cerrado deberán contar con el equipo mínimo como lo es una cámara, un magnetoscopio (aparato que graba y reproduce en la pantalla chica las

emisiones de televisión, imágenes y sonido)<sup>6</sup>, videos y un centro de documentación, además de personal especializado en ello.

Y aunque está claro que las escuelas no podrán contar con un estudio de televisión, si deben de haber un lugar específico que permita la transmisión y, ocasionalmente, la adaptación de documentos prefabricados, así como la introducción en las clases de algunos documentos aislados.

### **3.8 TELEVISIÓN EDUCATIVA GUBERNAMENTAL EN MÉXICO.**

Durante el tiempo en que el gobierno federal participó en la televisión con sus canales estatales, hizo uso de ellos para la educación. No obstante de haberlos poseído, no se lograron obtener resultados favorables, debido a la deficiente planeación y organización de las acciones llevadas a cabo en este campo, así el elevado financiamiento y los innumerables recursos humanos y materiales que el Estado había destinado a esta labor, fueron desaprovechados en gran medida.

El error radicó en elaborar programas que no contaron con ningún plan, ni con una estrategia pedagógica que los guiara por el camino del éxito, tan sólo se dejaron llevar por lo que significa, en si misma, la televisión.

La televisión gubernamental se hacía presente en dos vertientes, la primera con el canal 13 y la segunda, con el tiempo que le correspondía legalmente al Estado en los canales

---

<sup>6</sup>Decaigny T. *La tecnología aplicada a la televisión. Un nuevo enfoque de los medios audiovisuales.* pág. 144

privados. Recuérdese que en la Ley Federal de Radio y Televisión, en su Título Tercero, referente a concesiones, permisos e instalaciones, en el Capítulo Tercero, respecto a la programación, en el Artículo 59, se menciona que: “las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de 30 minutos continuos o discontinuados, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social. El Ejecutivo Federal señalará la dependencia que deba proporcionar el material para el uso de dicho tiempo y las emisiones serán coordinadas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión”.

Y en el reglamento de esta misma Ley y de la Ley de la Industria Cinematográfica, relativo al contenido en radio y televisión, en su Título Tercero, del Capítulo Primero, en el Artículo 22, se establece no sólo el tiempo antes mencionado, sino también la obligación de transmitir todo aquel material que proporcione la Secretaría de Gobernación, determinando, que la media hora podrá dividirse en lapsos no menores de cinco minutos.

Sin embargo, el canal 13 siempre recibió el influjo del gran monopolio llamado Televisa, puesto que su programación se conformaba, en una cuarta parte, de series norteamericanas, y apenas si dedicaba algo de su tiempo para la transmisión de programas de carácter educativo.

Pues bien, desde finales de los años sesenta y hasta los ochenta, la televisión pública se había extendido notablemente en el campo de la educación, participando junto con esta, organismos como la Unidad de Telesecundaria, la Unidad de Televisión Educativa y Cultural (UTECE) y el canal 11, pertenecientes a la Secretaría de Educación Pública, el Instituto Nacional para la Educación de Adultos, organismo descentralizado, Televisión de la República Mexicana, con su cadena de repetidoras, productoras de Televisión Regionales y el canal 22, a

los que se agregaron la empresa Corporación Mexicana de Radio y Televisión, todas las pertenecientes a la Dirección General de Televisión coordinadas por el Instituto Nacional de Televisión, de la Secretaría de Gobernación.

### 3.8.1 TELEPRIMARIA.

Surgió a partir de los años ochenta, con dos propósitos básicos: apoyar a los programas de educación primaria escolarizada y alfabetizar a la población carente de un sistema de educación. El INEA, por su parte, tenía a su cargo "Primaria Intensiva para Adultos" transmitida por el canal 11 y por la red de TRM, realizó además, una telenovela cuyo nombre era "El que sabe... sabe", también con la finalidad de alfabetizar a un mayor número de adultos.

Y así como la teleprimaria y la telesecundaria, también se llevaron a cabo otros trabajos como la capacitación agropecuaria e industrial, cuyo propósito era el de apoyar a la población rural marginada para que mejorara su producción en el campo y poder afrontar la escasez de alimentos.

En su diseño, participaron diversas dependencias gubernamentales relacionadas con el campo y para evaluar su eficacia se reunieron a grupos de campesinos con el fin de transmitirles el programa para después aplicarles un examen, de lo cual, se obtuvieron muy buenos resultados.

También se realizaron series de capacitación de oficios dirigidos tanto a la población marginal rural, como a la urbana, esto fue posible gracias a la colaboración del Instituto de Capacitación de la Industria de la Construcción, la empresa Singer Mexicana (ambas de

carácter privado), la Secretaría de la Defensa Nacional y el Centro Nacional de la Productividad.

Por otro lado, se llevaron a cabo dos series televisivas que apoyaron las Campañas Nacionales de Educación para la Salud y la Planificación Familiar, donde conjuntamente participaron la cadena TRM, la Dirección General de Educación para la Salud de la Secretaría de Salubridad y Asistencia, el Instituto Nacional de la Nutrición (INN), el Consejo Nacional de Población (CONAPO) y la Coordinación de Planificación Familiar.

Estos programas contenían información referente a los hábitos de nutrición e higiene, así como algunos problemas sociales, como el alcoholismo. Esta serie, estaba dirigida a los sectores más pobres y a los médicos encargados de ejercer su profesión en estas zonas.

Aunado a esto, se dio también una serie de Educación Sexual de treinta programas transmitidos por canal 11, la cadena TRM y los tiempos oficiales de la televisión privada (en los canales 4 y 5), su temática era la de diversos aspectos de la sexualidad y de los medios anticonceptivos.

A nivel de enseñanza superior, la cadena TRM, realizó una serie piloto, empleada por algunas instituciones, donde se tocaban temas referentes al aspecto médico. Del mismo modo, el canal 22 tuvo una aplicación como circuito cerrado ofreciendo servicios especiales a diversos organismos del Valle de México, tales como clínicas, escuelas, centros de capacitación, reclusorios, etc. a través de un sistema de monitores instalados por la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía.

### 3.8.2 TELESECUNDARIA.

Representa la práctica más importante en el campo de la educación media a través de la televisión. Nació en el sexenio del presidente Díaz Ordaz (1964-1970), con el propósito de coadyuvar al sistema escolarizado para satisfacer la demanda de enseñanza mediante el apoyo de los llamados telemaestros. Está dirigida a los sectores marginados, que por diversas circunstancias, no tienen acceso a la enseñanza media. Su plan de estudios se rige por las estipulaciones de la Secretaría de Educación Pública, esta lo revisa y si concuerda con sus planes de estudio, lo aprueba.

Telesecundaria ha logrado obtener valerosos alcances pues existen documentos que comprueban el gran número de adeptos que año con año ha ganado. Sin embargo, también se pueden citar algunas fallas que le llegaron a impedir garantizar la calidad de la enseñanza, entre las principales, conviene mencionar los cambios y la inestabilidad política en las dependencias responsables, las limitaciones profesionales del personal docente, los errores de las guías pedagógicas, etc., lo cual repercutió en la transmisión de sus programas por lo que en un tiempo se pensó que no estaría más al aire. No obstante a esta situación, se le permitió continuar bajo promesa de dar solución a los conflictos internos y de mejorar su calidad.

El proyecto inicial de Telesecundaria se vio amplificado debido a que la SEP, conjuntamente con el INEA y TRM, iniciaron la transmisión de la de la Secundaria Intensiva de Verano (SIV) y la Secundaria Intensiva para Adultos (SIA). La primera con el propósito de llegar a quienes deseaban aprovechar el periodo vacacional escolar, durante el cual se interrumpían las transmisiones de Telesecundaria; la segunda, era un curso concentrado de Telesecundaria.

Ahora bien, la Unidad de Telesecundaria y la Unidad de Televisión Educativa (UTE), son los organismos responsables de la Telesecundaria, una se encarga de la planificación, el diseño y la evaluación de los programas y la otra se encarga de la realización técnica y la transmisión de las señales. Además de todas estas actividades que en materia de televisión realiza la SEP, también se ha dedicado a la difusión de programas culturales como “Los grandes maestros del arte popular”, “Los libros tienen la palabra”, “Los maestros”<sup>7</sup> entre otros.

Sin embargo, lejos de promoverse su expansión con una planeación adecuada y oportuna, han sido las mismas comunidades las que, ante la ausencia de otra alternativa de educación secundaria, han solicitado ser admitidas en este servicio llegando, incluso, a instalar por cuenta propia las teleaulas y a costar el salario de los maestros.

Actualmente, se transmite por el canal 9, de lunes a viernes, de 8:00 a 14:00 horas, con cápsulas de aproximadamente 17 minutos cada una, presentándose, entre el lapso de una y otra, anuncios referentes a CONAPO, a cursos que se impartirán en la ciudad de México, etc. Además, por medio de la Red Satelital de Televisión Educativa (Edusat), se ha aumentado la cobertura de los centros de enseñanza de todos los niveles y modalidades del sistema educativo.

Por otra parte, subsisten también los canales 11 y 22 que tienen un enfoque cultural y educativo. En el primero, se transmiten diariamente diferentes programas infantiles como “Mi gran amigo Azul”, o como “Bizbirije”, donde estimulan la imaginación, creatividad e ingenio de los menores, al mismo tiempo que los entretienen y divierten. Esto para los pequeños, pero para los adultos está “Escuela para Padres”, en donde se habla de diversos temas, “Taller de Sexualidad”, o bien, “Mochila al hombro”, que muestra las maravillas con las que cuenta

---

<sup>7</sup> COSNET. *La televisión en México*. pág. 13 y 14

nuestro país; “Hoy en la Cultura”, donde informan de las actividades y lugares culturales de nuestra ciudad; o tal vez, el programa de la reconocida periodista Cristina Pacheco “Aquí nos tocó vivir”, que hace alusión a todo lo referente a la ciudad y a sus habitantes, y no se puede pasar por alto el séptimo arte, cintas que han hecho historia por su calidad de contenido y de realización, además del noticiero “Enlace” del periodista Sergio Uzeta.

En cuanto al canal 22, su estilo es similar al del canal del politécnico ya que se transmiten programas enfocados al teatro, al cine, a la naturaleza, a las costumbres y tradiciones de nuestro país, la ciencia y el arte están presentes en toda su programación, además de incluir noticias nacionales y extranjeras. Este canal se caracteriza por ser crítico y reflexivo en la situación de nuestro país, de aquí su frase que lo ha representado: “La cultura, también se ve”.

### **3.9 TELEVISIÓN EDUCATIVA DEL SECTOR PRIVADO EN MÉXICO**

Televisa ha participado, en menor medida, con su programación educativa enfocada principalmente a la enseñanza preescolar y universitaria, aunque también, destacaron series de control natal y de alfabetización de adultos.

Por supuesto, que estos programas fueron diseñados pensando en los beneficios que tendrían para la única televisora privada de aquel entonces, el provecho que se obtendría de esto, sería tanto económico, al introducir mensajes publicitarios, como social, al mejorar su imagen pública, coadyuvando a una de las tantas funciones del gobierno.

Por esto, en el año de 1975, transmitió la telenovela “Ven conmigo”, a lo que años más tarde le precedieron “Acompáñame” y “Vamos Juntos”.

Estas telenovelas, estuvieron sujetas a una serie de estudios, se apoyaron en aspectos tales como el drama, la comunicación y el aprendizaje. Se consideró el melodrama por la propia naturaleza de la audiencia, lo que daría margen a una mayor aceptación de la misma.

Cada telenovela fue realizada con un fin específico. “Ven Conmigo” se transmitía de lunes a viernes y, como se lleva a cabo el día de hoy, en el horario de la tarde, en el espacio tradicional de las telenovelas. Fueron transmitidos 280 capítulos, dirigidos a la población marginada del sistema educativo escolarizado, su propósito fue el de concientizar a la población para que adquiriera el hábito de estudiar para resolver el problema social de no poder llegar a todos los estratos de la sociedad.

Esta telenovela, buscaba además, servir de apoyo al Plan Nacional de Educación para Adultos, estimulando a la población que lo requiriera a formar parte de este, el cual estaba a cargo de la SEP quien se coordinaba con el Centro para Estudios Avanzados de Medios y Procedimientos (CEMPAE), organismo gubernamental que desapareció en el gobierno de Miguel de la Madrid, y el Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (ILCE), para su realización.

Una vez terminada la telenovela, se practicó una evaluación con el propósito de conocer si el objetivo había sido o no alcanzado, los resultados que arrojó este estudio indicaron que un gran número de la población había recibido el mensaje de la misma, aumentando así el número de estudiantes que quisieron participar en dicho plan.

Por su parte, "Acompáñame" fue sometida a la consideración del Consejo Nacional de la Población (CONAPO) y a la Coordinación Nacional de Planificación Familiar de la Secretaría de Salud y Asistencia (SSA). Una vez aceptada, se realizaron una serie de actividades para que les fuera permitido la utilización de material impreso gubernamental destinado a la promoción de control natal.

Televisa trató de presentar lo armonioso de la familia, resaltando la importancia de la planificación familiar para el desarrollo integral del país. Por esto, la telenovela fue transmitida a nivel nacional con una duración de 180 capítulos. "Acompáñame" quiso concientizar a la población para que utilizara anticonceptivos y acudiera a los servicios especializados de control natal, hecho que se logró en una mediana proporción durante el periodo en que se difundió la telenovela.

Tiempo después, la innovación vendría con otra telenovela del monopolio, llamada "Vamos Juntos". En esta no se trataron temas referentes al estudio y a la armonía familiar, sino a la gama de valores que debían adoptar los adultos ante los menores, la pareja, la familia y la comunidad en general. Esta telenovela representaba un gran adelanto en la experiencia de la empresa en cuanto al uso del melodrama para fines educativos.

Debido a que esta telenovela fue transmitida en el "Año Internacional del Niño", se tocó nuevamente el tema de la planificación familiar, pero en este caso no se le dio prioridad al control natal, sino al desarrollo integral de este.

Al igual que "Acompáñame", la producción se coordinó con dependencias gubernamentales, tales como la Coordinación Nacional de Planificación Familiar de la SSA, la SEP, el Desarrollo Integral de la Familia (DIF), el Centro de Orientación para Adolescentes

(CORA) y los Centros de Integración Juvenil (CIJ), también intervinieron instituciones internacionales como la Organización de la Naciones Unidas (ONU) y la UNICEF.

Además de las transmisiones por televisión, que fueron de 180 capítulos de media hora, de lunes a viernes en cadena nacional, se hizo una adaptación para la radio y se promovió la exposición a los programas a través de la revista "TV-Novelas".

Tiempo después, inteligentemente, la empresa Televisa adoptó una nueva modalidad de funcionamiento que le ha permitido sustentar los enormes gastos financieros que le ocasionaba la programación educativa. La unión de esta con The Children's Television Workshop, organismo norteamericano especializado en la televisión educativa infantil, ha hecho posible la adaptación para Latinoamérica de la serie infantil "Plaza Sésamo" financiada por la Fundación Ford y la transnacional Coca-Cola. Así Televisa se ahorra los gastos referentes a planificación, diseño y producción del mismo. Por su parte, el gran consorcio también ofrece ventajas al organismo estadounidense, ya que se garantiza la aceptación y la influencia de la serie.

Desde un principio, "Plaza Sésamo" estuvo orientada a los niños de edad preescolar de la población marginada norteamericana. Poco a poco se fue extendiendo por los países tercermundistas, llegando así a nuestro país, el cual fue el primero de Latinoamérica en producirlo.

Según algunos estudios, los menores que reciben su mensaje han demostrado un aumento del aprovechamiento escolar, en comparación con aquellos que no han sido expuestos a este programa.

La serie se enfoca especialmente a niños de entre 3 y 6 años de edad y aunque desde un principio se enfatizó que estaría dirigido a las zonas marginadas o rurales, se puede constatar,

que no sólo ha sido de provecho para estas, sino también para los sectores urbanos, que encuentran en sus transmisiones una manera divertida y entretenida de aprender.

Televisa aprovechó el conocimiento y la experiencia que "Plaza Sésamo" le había proporcionado, por lo que tiempo después, lanzó otra serie de corte educativo conocida como "El tesoro del saber", transmitido de lunes a viernes, donde se enseñaba todo lo referente a la naturaleza y sus componentes.

Por otro lado, y a propósito del Foro de Consulta Popular de Comunicación Social, promovido por la Secretaría de Gobernación, un funcionario de Televisa mencionó que: "El Estado y la iniciativa privada cumplirían así funciones específicas de acuerdo a una perspectiva regional: la televisión comercial, la de entretener, educando; y el gobierno, la de educar de manera entretenida".

Sin embargo, ninguno de los dos cumplió su cometido. Los escasos programas educativos, se han realizado bajo los hábitos, costumbres, ideología, idiosincrasia y cultura del país vecino, muy diferentes a lo existente en los países tercermundistas latinoamericanos. Se han concretado a la transmisión de una gran cantidad de programación importada que no hace más que exhibir la vida intrépida del hombre norteamericano. Y las que han sido producciones netamente mexicanas carecen de una estructura de calidad.

Por lo que hay que esperar hasta el día 4 de enero de 1999 para constatar si realmente se tendrá una televisión educativa de categoría, ya que dará inicio la nueva barra educativa originada del convenio que se firmó el pasado 29 de octubre de este año, entre la SEP y Televisa, cuyos programas estarán a cargo de la Unidad de Televisión Educativa (UTE), la

propia Secretaría de Educación Pública (SEP) y el Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), organismo que también forma parte del acuerdo.

Respecto a esto, el titular de la SEP, Miguel Limón Rojas comentó que la televisión contribuye en gran medida en la formación de los valores de la niñez y juventud, razón por la cual se incluirán programas que llegaran a miles de hogares mexicanos, colaborando así, al desarrollo de la televisión educativa y cultural del país.

Por su parte, el presidente de Televisa Emilio Azcárraga Jean, mencionó que “la sociedad mexicana necesita mayores y diversas oportunidades educativas; todo esfuerzo que contribuya a una mejor educación para nuestra gente es un esfuerzo valioso”.<sup>8</sup>

A pesar de esto, la televisión comercial está saturada de historias absurdas, trilladas y por demás enajenantes, de noticieros exhibicionistas, de programas dominicales de larga duración, que no hacen más que enaltecer las figuras efímeras, simples y triviales de “ídolos” que aprovechan el estado de letargo, en mayor o menor medida, en que se ha encontrado nuestro país, o de programas de concursos, que sólo alimentan la esperanza, el sueño y la fantasía de quienes anhelan poseer “el gran premio” y del burdo cine mexicano que cubre el espacio del que un día se conoció como el canal cultural de Televisa.

Ya lo dijo Carlos Monsiváis “Televisa es la verdadera Secretaría de Educación Pública... la influencia de la telenovela, “género propio de las amas de casa”, convertido de pronto en el centro educativo de la familia, la institución máxima de la vida cotidiana, casi el equivalente sentimental del Estado”.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> La Jornada, 29 de Octubre de 1998, pág. 46

<sup>9</sup> El Universal, 27 de septiembre de 1998, pág. 7

Esto por parte de la iniciativa privada, pero con lo que respecta a la televisión educativa gubernamental, fue un rotundo fracaso, la falta de organización entre los recursos técnicos, humanos y materiales no permitieron el nacimiento de una verdadera televisión para la educación, tal parecía, que sólo era una copia de Televisa, y una mala copia, por cierto. Se concretó a transmitir información y con esto a fomentar la pasividad del televidente.

Además, el problema de centralización se hizo presente, los trabajos se diseñaban, producían y difundían en el centro del país, pero, ¿qué pasaba con las demás regiones de este?, ¿dónde quedaba el respeto que se le debía brindar a una población diferente entre sí?

Y lo mismo ha sucedido con la actual televisora privada "TV Azteca", donde también impera el mundo de las telenovelas, de los noticieros espectaculares y de una programación, en su mayoría, extranjera.

La televisión, llámese gubernamental o privada, ha sido orientada desde su gestación hacia el control político, social, cultural, donde han prevalecido los intereses de la minoría, el aumento de capital.

Por lo que, hasta el día de hoy, se puede decir, que ni la televisión comercial ha entretenido educando, ni el gobierno educó entreteniéndose.

Es por esto que cabe citar nuevamente las palabras de Carlos Monsivás al referirse a que "...la izquierda se conforma con ironías y artículos, el gobierno se desentiende del caso porque las empresas le garantizan lealtad esencial, y la derecha envía descargas francamente simbólicas contra la "perversidad" de los medios".<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Ibidem.

No cabe duda, que el medio audiovisual es una eficaz herramienta para el proceso enseñanza-aprendizaje, sin embargo, creo que no se le ha explotado como debe de ser, y no tanto por la falta de presupuesto, sino más bien por la carencia de sensibilidad que se tiene en el ámbito pedagógico, tal parece que no han logrado entender que todo lo que se realiza es por y para los niños, jóvenes y adultos con inquietudes, con ideas frescas, con imaginación y con la necesidad de aprender, que requieren de que se les escuche, de que se les atienda en sus inconformidades y en su perspectiva muy respetable de contemplar el mundo que les rodea.

Estamos en un tiempo de cambio, en donde la televisión comercial también ha sufrido los estragos de lo mismo y ha tenido que adaptarse al ímpetu de una sociedad asfixiada por la opresión, el miedo y la ignorancia en la que se ha visto sumergida a lo largo de varias décadas, pero aún falta mucho por hacer.

Por lo que nos encontramos, ante el punto decisivo: la educación que nos abrirá el camino hacia la libertad, el análisis crítico, la justicia y la igualdad, sin olvidar el humanismo y todo lo que esto significa.

Por lo anterior, se tiene que definir claramente la finalidad del empleo de los medios audiovisuales, aprovechar adecuadamente los recursos con los que se cuenta, combinar la didáctica con la tecnología y algo muy importante, decidir entre el conocimiento y la ignorancia o más bien, entre el vuelo y el aterrizaje, o entre la movilización y el estancamiento.

## CAPÍTULO 4: LA UNIVERSIDAD ANTE EL RETO DE LA TELEVISIÓN TV UNAM

### 4.1 ANTECEDENTES.

Durante el año de 1950, el país iniciaba una época de prosperidad, reflejándose principalmente, por el auge y el crecimiento universitario que se manifestó en las instituciones superiores, considerándolas como el motor de desarrollo. Entre estas ha destacado la **Universidad Nacional Autónoma de México** por sus excelentes profesionistas y sus brillantes actividades. Las relaciones entre esta institución y el gobierno cardenista eran de plena cordialidad, por lo que se hablaba de una gran apoyo de este último hacia la UNAM.

Así, en este mismo año, el 15 de junio, el rector en turno Luis Garrido le correspondió colocar la primera piedra de lo que sería la **Ciudad Universitaria** y celebrar el cuarto centenario de la fundación de la Universidad en México.<sup>1</sup>

Por lo que dos acontecimientos trascendentales en la historia de nuestro país se hacían presentes: la construcción de nuestra Máxima Casa de Estudios y la aparición de la televisión, originándose el interés de la Universidad por usar la televisión como medio de extensión cultural y de apoyo a la docencia.

---

<sup>1</sup> Soberón A., Guillermo y Ruiz Fernández, Daniel. *La Universidad y el cambio social*. 1978

Un mes más tarde, en el Hospital Central Militar, se llevó a cabo un congreso médico llamado Video-Médico, cuyo principal atractivo consistía en demostrar a un gran auditorio de médicos las ventajas que ofrecían los avances técnicos y sobre todo, el uso de la televisión en la enseñanza de la medicina. Esta primera demostración de las posibilidades de este medio coincidió con la inauguración del canal perteneciente a Rómulo O'Farril.

El éxito de dicho congreso fue tal, que días después el rector consideró necesario dotar a la Facultad de Medicina con equipo de televisión que permitiera impartir enseñanza audiovisual simultáneamente a más de 500 estudiantes.<sup>2</sup>

Esto pudo ser posible gracias al apoyo que la UNAM recibió por parte de la Secretaría de Salubridad y Asistencia, encomendándose al ingeniero Guillermo González Camarena el diseño y la instalación del equipo proporcionado por la secretaria.

Por lo que el 11 de octubre de 1951, en el Hospital Juárez, tuvieron lugar las primeras transmisiones con el equipo adquirido por la UNAM siendo oficialmente inauguradas el 14 de mayo del siguiente año, por el entonces presidente de la república Miguel Alemán.

Respecto a este acontecimiento, el rector Luis Garrido afirmó que “la televisión en colores habrá de redundar en un gran beneficio para los estudiantes de medicina y la ciencia médica en general, ya que dará oportunidades de recibir las clases mediante un sistema tan importante”.<sup>3</sup>

A partir de entonces y hasta 1956, año en que la Escuela Nacional de Medicina se trasladó a Ciudad Universitaria, el equipo con el que fue equipada ayudó en las transmisiones de las actividades propias de la escuela.

---

<sup>2</sup> “Un año de labores en la comunidad universitaria”. Gaceta UNAM, pág. 1

<sup>3</sup> Gaceta UNAM, 11 de diciembre de 1974.

Años más tarde, dicha escuela no sólo cambiaría su nombre a Facultad de Medicina, sino también el equipo que la auxiliaría, el cual fue creado nuevamente por González Camarena.

El entusiasmo universitario ha sido desde entonces muy grande y muy fuerte, ya que no sólo se conformaron con la creación del circuito cerrado de televisión en la Escuela Nacional de Medicina, sino que también, se contemplaba la posibilidad de contar con un canal abierto de televisión que difundiera la imagen de la Universidad en todo su contexto.

Se dice, que el licenciado Garrido pidió al entonces secretario de Comunicaciones, Agustín García López, reservara un canal para la televisión de la Universidad, a lo que se le contestó que esta tenía que presentar la solicitud reglamentaria y cubrir una fianza que garantizara el interés de la misma, actos que fueron realizados en su momento, así como también, un presupuesto para montar la estación de televisión.

Estos hechos no han sido del todo confirmados, sin embargo, hay documentos que avalan que la UNAM recibió el presupuesto para la instalación de una estación transmisora de televisión que operaría en el canal 13 de la compañía General Electric, S.A. de C.V., en marzo de 1952<sup>4</sup> y que estaría dentro de las primera concesiones que se otorgarían.

Al parecer, también se había contemplado la idea de construir instalaciones que permitieran la transmisión por radio y televisión desde el estadio olímpico de la Ciudad Universitaria, que en ese momento se encontraba en construcción.

---

<sup>4</sup> Oficio del Lic. Horacio Labastida, director de Difusión Cultural, al Sr. Roger E. Cámara, Departamento de Televisión de General Electric, S.A. de C.V. Oficio de la Dirección General de Difusión Cultural núm. 40/335, 15 de marzo de 1952. Archivo Histórico de la Universidad. CESU.

En el último año de Miguel Alemán en la presidencia y de Luis Garrido en la rectoría, se había ya filtrado a la prensa la noticia de que la UNAM contaría con su propia estación televisora, hecho que hasta el momento, no se ha logrado.

Por lo que las ofertas de subarrendar no se dejaron esperar, O'Farril y Azcárraga, en forma separada, propusieron a la Universidad dotar a la estación de equipo y personal especializado para echarla a andar, pero bajo la condición de acapararla la mayor parte del tiempo, dejándole un breve espacio de dos horas diarias.

Había una tercera oferta, de la cual no hay plena seguridad si se trataba de la National Broadcasting System o la CBS, de lo que si se puede hablar a ciencia cierta es que esta era totalmente diferente a las anteriores, ya que aquí, la empresa sólo solicitaba para si misma, ese par de horas que los magnates daban a la Universidad.

Estas propuestas fueron rechazadas rotundamente por las autoridades universitarias, a pesar de la difícil situación por la que atravesaba la UNAM en aquel tiempo.

En 1954, durante el sexenio de Adolfo Ruiz Cortínez, la Secretaría de Comunicaciones, tenía reservado un canal para la UNAM y otro para el IPN. A fines de la década, la esperanza de contar con una televisora propia había aumentando, haciéndose más fuerte cuando en 1958, el IPN logró obtener el canal 11 (aunque esto ha sido más bien en apariencia ya que este canal le pertenece a la Secretaría de Educación Pública, SEP).

No obstante, y a pesar de que la situación del canal permanecía en plena incertidumbre, en 1955, la Universidad produjo sus primeros programas que salieron al aire: **Información Profesional**, que se transmitió de lunes a sábados alternadamente por los canales 2, 4 y 5,

durante horarios vespertinos y donde se realizaban entrevistas con profesionales distinguidos sobre los aspectos más sobresalientes de las distintas carreras universitarias.

Debido a que las escuelas y facultades estaban siendo trasladadas a Ciudad Universitaria y a que se visualizaba un rápido crecimiento de la institución, se hizo presente la necesidad de un programa como lo fue **Información Profesional**.

Según Jesús Silva Herzong, había un sobrecupo en las instalaciones y se había dado también una saturación en carreras tales como medicina, derecho, ingeniería, arquitectura, etc. debido a que se desconocía la gama de carreras que ofrecía, desde entonces, la Máxima Casa de Estudios, razón por la cual, el programa antes mencionado, cobró tal importancia.<sup>5</sup>

Al respecto, el Dr. Nabor Carrillo, rector en ese entonces, expresó su preocupación por la expansión desenfrenada de la población universitaria y su concentración evidente en algunas escuelas. Proponía reestructurar la orientación vocacional y difundir todas las posibilidades que ofrecía la Universidad en ese tiempo, haciendo hincapié, en la conciencia que se debía adquirir respecto a las demandas del mercado y hacia las propias necesidades del país

A partir de este año, Radio Universidad renovarían su equipo de transmisión, su discoteca y su programación ampliándose las funciones originales de la difusión a la producción de televisión y discos.

De esta manera, para 1958, la radiodifusora fue trasladada a la Ciudad Universitaria. Dos años más tarde, último del Dr. Nabor Carrillo, la Universidad daba inicio a la transmisión regular de varias series televisadas. Este hecho fue paralelo al proceso de renovación técnica de Radio Universidad.

---

<sup>5</sup> "Vocación Universitaria". Gaceta de la Universidad, vol. 2, núm. 7, pág. 1.

En este mismo año, sale al aire la serie titulada **Orientación Vocacional y Profesional**, que intentaba informar acerca de todas las posibilidades de estudio que ofrecía la Universidad, además de proporcionar datos sobre las demandas del mercado.

Unos meses después, el 13 de marzo, se transmitió por canal 4 un programa especial cuyo nombre era **Las Publicaciones Universitarias** donde participaron prestigiados profesores.

Una semana más tarde, daba comienzo, también por canal 4, otra producción llamada **Teatro Universitario**, teniendo lugar el 20 de marzo, el primer programa de esta serie. Según los conocedores, esta producción fue excelente.

La década de los sesenta se caracterizó por el auge notable en la actividad artística y cultural universitaria, en la que participaron estudiantes, maestros y funcionarios. El teatro y el cine (fundación de la Filmoteca de la UNAM y del Centro Universitario de Estudios Cinematográficos) cobraron especial importancia.

Pero también, fue el tiempo en que la población universitaria se expandió rápidamente, esto representó un problema para el rector Ignacio Chávez, quien tomó posesión por vez primera el 13 de febrero de 1961, debido a que algunas facultades se vieron saturadas, por lo que se tenía que encontrar la manera de resolver el problema, ya fuera por medios audiovisuales, por circuitos cerrados, construyendo nuevas escuelas, etc. el caso era, buscar nuevas alternativas pedagógicas que diera solución a dicha situación.

En esta búsqueda surge, en agosto de 1964, en la Escuela de Odontología, el circuito cerrado de televisión, que fue apoyado por la empresa Colgate-Palmolive, con equipo que

constaba de dos cámaras, monitores, seis pantallas y un sistema de intercomunicación de sonido.<sup>6</sup>

Hay evidencias que confirman que no sólo el rector tenía interés en ello, sino también, las propias autoridades gubernamentales, como se puede apreciar en el boletín de prensa de la Dirección General de Telecomunicaciones del mes de julio de 1961, en donde se mencionaba que había "... varios canales de televisión para ser operados por estaciones televisoras culturales en el interior de la República..."

Se informaba, además, que la capital contaba con dos canales culturales, el 11 y el 13, este último asignado, según el mismo boletín, a la Universidad, pero esta se vio envuelta en diversos problemas, principalmente económicos, que le impidieron obtener la concesión de ese canal.

En 1961 el presidente Adolfo López Mateos le comunicó al rector Chávez que el canal 13 había sido apartado para la Universidad desde el momento en que se repartieron los mismos, pero que esta, tenía que conseguir el subsidio por su cuenta, ya que el gobierno no estaba en condición de hacerlo.

Un año más tarde, en 1962, el Dr. Chávez logra tener un acuerdo con Rómulo O'Farril quien le propuso responsabilizarse de todo lo económico siempre y cuando, su televisora gozara del mayor tiempo posible. La respuesta del presidente de la república ante esta propuesta es un no rotundo, debido a que el consideraba que de aceptarse, se estaría otorgando un canal más a la televisión comercial.

---

<sup>6</sup> "Primer circuito cerrado de TV para la enseñanza". Gaceta UNAM, vol. 11, núm. 32, 24 de agosto de 1964

En 1963, Chávez solicita un subsidio privado proveniente del Chemical Bank, por la cantidad de cinco millones de dólares (sesenta y dos y medio millones de pesos), el cual fue otorgado un año después.

No obstante, a que ya se contaba con el subsidio, se presentó otro obstáculo que impidió la adquisición del canal. A principios de ese año, fue expedida una convocatoria que comunicaba la explotación del canal 8, la publicación de esta, ocasionó un conflicto legal que llegó hasta la Suprema Corte, lo que ocasionó que el gobierno se retractara en su propuesta a la Universidad, poniendo el canal 13 a disposición de las empresas privadas para solucionar el conflicto.

Al Dr. Chávez se le propuso que se aliara con el IPN en el manejo del canal 11, a lo cual hubo una respuesta de rechazo por parte del rector, debido a que este deseaba un canal exclusivo para la Máxima Casa de Estudios.

Pero el empréstito ya había sido otorgado, por lo que este dinero se utilizó en la adquisición de equipo de laboratorio y de oficina.

Estaba claro que el gobierno favoreció y prefirió a la iniciativa privada que a la Universidad, los intentos por parte del Dr., Chávez por obtener un canal propio fueron inútiles pero no determinantes, puesto que se siguieron transmitiendo series a través de Telesistema Mexicano, prueba de ello se encuentra en los programas **Temas médicos**, continuación de **Problemas de la Juventud**, difundido por canal 4, donde se trataban problemas de salud, y **Literatura Contemporánea**, canal 5, programa semanal que sólo duró algunos meses, en este se comentaba algunos textos o se dramatizaban obras breves de autores famosos.

Otra serie de programas fue **Información Universitaria**, que pretendía orientar al estudiante sobre los procedimientos para trámites de inscripción y demás. Este programa duró tan sólo un mes al aire.

También se esperaba presentar programas deportivos, adicionales a los acontecimientos que se registraban en el campus universitario, grabados en videotape por elementos de Telesistema Mexicano. Además, se televisaban semanalmente programas culturales, entre los cuales destaca la serie llamada **¿Quién fue...?** que dedicaba una de sus emisiones a un personaje destacado en el arte, la ciencia o la historia.

Pero, poco a poco, las horas de transmisión de programas universitarios se fueron reduciendo y con estas, las esperanzas de contar con un canal propio, esto ocasionó que durante tres años, es decir, hasta 1968, la Universidad abandonara su transmisiones que con tan grandes esfuerzos había logrado.

Sin embargo, puede afirmarse, que durante los años de 1960 a 1964, la Universidad se preocupó por difundir la cultura de su pueblo, por orientar a los estudiantes, por inducirlos a actividades artísticas, por transmitir el pensamiento universitario a través de sus intelectuales y por divulgar el conocimiento a nivel general.

A través del formato tradicional de televisión comercial, la Universidad no separó el entretenimiento de la cultura, pero sí dejaba a la cátedra televisada y la producción de apoyo a la docencia, en manos de los circuitos cerrados y de similares medios audiovisuales.

Poco tiempo después, en 1966 rectoría era ocupada por el Ing. Javier Barros Sierra (1966-1970), quien a lo largo de su periodo tuvo que enfrentar serios problemas en cuanto al papel de la Universidad ante la sociedad y ante el Estado, fue el tiempo también, en que el

crecimiento de la población universitaria era ya insostenible, repercutiendo en la calidad de la enseñanza.

Estos factores se reflejaron en los acontecimientos violentos que se registraron con el movimiento médico de 1965 y con el de los estudiantes en 1968, en donde se manifestaba el descontento de los universitarios ante la crisis política y social en la que se encontraba el país en ese entonces. Ante esto, el Estado respondió con la represión, privando a los jóvenes que luchaban por justicia e igualdad no sólo de la libertad sino también de la vida misma.

Barros Sierra estaba consciente de la difícil situación a la que se enfrentaban los estudiantes, sabía que sus demandas no eran irracionales, que se basaban en mejorar la calidad de la enseñanza, mediante la renovación y actualización de los planes de estudio, los conocimientos y la aplicación de un mayor número de recursos financieros.

Para el rector de la dignidad, como se le ha nombrado al Ing. Barros Sierra, el papel fundamental de las Universidades era: "... formar los técnicos y dirigentes capaces que requiere nuestro desarrollo económico, pero dentro de un espíritu de responsabilidad social.

La posibilidad de cambio será menor si no se logra una adaptación de la enseñanza superior a las necesidades colectivas. La educación superior debe ajustarse a la rapidez de los cambios económicos y sociales ... que actué para formar no sólo técnicos sino ciudadanos socialmente conscientes, con un espíritu democrático, para lograr las metas de un desarrollo con justicia social, son algunas de las condiciones indispensables para que las universidades latinoamericanas favorezcan el mejoramiento social y político de nuestros pueblos".<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> "La UNAM de hoy y de mañana". Gaceta UNAM, 1968

Fue entonces, durante su periodo cuando Raúl Cosío, entonces subdirector de Radio Universidad, elaboró un informe con la autorización del rector acerca de todos los trámites que se habían realizado para obtener el canal universitario, con la finalidad de que el rector Barros Sierra conociera el asunto para darle continuidad.

El contenido de dicho informe se componía de los resultados de las investigaciones de Cosío en los archivos universitarios y de la Secretaría de Comunicaciones, en cuanto a los documentos que confirmaban la intención de otorgar en concesión el canal 13 a la Universidad. Además se incluía la convocatoria de esta secretaría ofreciendo el canal 8, los informes referentes a los sucesos que se habían originado por esta concesión, por parte de algunos abogados, así como también, sugerencias y conclusiones.

Pefo, como ya se mencionó, el periodo del Ing. Barros Sierra fue sumamente difícil, los sucesos que se presentaron provocaron que la Universidad perdiera la oportunidad nuevamente de adquirir un canal, por lo que, el canal 13, se otorgó a la Corporación Mexicana de Radio y Televisión y el canal 8, a la Televisión Independiente de México.

Sin embargo, esto no fue suficiente para que la Máxima Casa de Estudios se rindiera, sino que por el contrario, continuó con su batalla por mejorar la enseñanza, por lo que en junio de 1969, se creó el Centro Didáctico, mientras que la televisión se seguía viendo como un medio pedagógico importante que registraba grandes progresos en el ámbito universitario.

Por su parte, la Escuela Nacional de Odontología, desarrolló un Departamento de Recursos Audiovisuales para la Enseñanza. Además, con los ingresos que la escuela obtenía por sus servicios al público, se adquirió un sistema de videotape con monitores para todas las aulas y laboratorios.

Mientras tanto, el 13 de noviembre de 1967 se puso la primera piedra del nuevo edificio de la entonces Facultad de Comercio y Administración, hoy **Facultad de Contaduría y Administración**, que contemplaba tener aulas para 60, 90 y 120 alumnos, salas de proyección, circuito cerrado de televisión, y, en general, los más adelantados instrumentos audiovisuales.<sup>8</sup> Durante este mismo año, el 17 de noviembre, se comenzó a transmitir por canal 11 la serie semanal llamada **La Universidad Presenta**, cuyo propósito era el de mostrar al público en general la labor de la UNAM en diferentes aspectos.

Un año más tarde la Facultad de Medicina, impulsó su Departamento de Enseñanza Audiovisual que incluía dos circuitos cerrados de televisión, el propósito era el de realizar videotapes para usarlos no sólo en la propia facultad sino también en las universidades de todo el país.

Una vez concluido el periodo del Ing. Barros Sierra, le tocaba el turno al Dr. Pablo González Casanova, cuya etapa fue muy pequeña, pues ocupó la rectoría el 2 de mayo de 1970 y la dejó, obligado por la huelga del Sindicato de Trabajadores y empleados de la UNAM, STEUNAM, el 17 de noviembre de 1972.

A González Casanova se le debe la creación del Sistema de Universidad Abierta (1972) y los primeros planteles del Colegio de Ciencias y Humanidades, fundado el 26 de enero de 1971, como alternativa para mejorar y ampliar la enseñanza media superior y superior. También fue el iniciador de la desconcentración de la Ciudad Universitaria.

Este rector consideraba que la aplicación de nueva tecnología sería un arma valerosa para elevar la calidad de la enseñanza, por lo que difundió la idea, junto con su colaborador el

---

<sup>8</sup> "Nuevo edificio para la Facultad de Comercio". El Sol de México, 14 de noviembre de 1967.

Dr. Leopoldo Zea, de que los medios de comunicación no debían ser considerados como métodos de manipulación, sino como herramientas que promovieran la educación en las clases más desposeídas, la cultura, una consciencia crítica y abierta y los valores.

Que difundan información capaz de mostrar el mundo real, mediante programas de intercambio de materiales destinados a la radio y televisión universitaria, y que se utilicen estos medios para ampliar la función docente y educacional de las universidades a través de circuitos cerrados y/o abiertos.

En 1971, la Asesoría de Radio, Cine y Televisión de la Dirección General de Información y Relaciones, dependiente de la Rectoría, había iniciado la producción de un programa de televisión, cuyo nombre era: **Proyección Universitaria** que reflejaba la realidad de la UNAM mediante las entrevistas a diversos especialistas sobre distintos medios.

Un año más tarde, 1972, se creó el Consejo Técnico de Radio y Televisión<sup>9</sup> que tenía como objetivo “estudiar y dictaminar los proyectos e iniciativas sobre programas de radio y televisión a cargo de la Dirección General de Difusión Cultural de la UNAM”, así como, “planear y coordinar las emisiones internas y externas de dichos programas”.

En este tiempo aparecieron otras series: la **XII y XIII Temporada de Conciertos Universitarios** en la antigua Escuela de Medicina (marzo), **Mensaje** (16 de abril), **Bienvenido a su casa** (28 de abril), y **Debate en la imagen** (junio). Estas series se transmitieron por canales que no pertenecían a Telesistema Mexicano.

---

<sup>9</sup> “Fue creado el Consejo Técnico de Radio y TV”. Gaceta UNAM, 3ª. época, vol. 3, núm. 47, 9 de febrero de 1972.

Desafortunadamente, la huelga que se presentó, impidió continuar al Dr. González Casanova, y junto con este, se esfumaron todos sus proyectos y ambiciones de producción televisiva en la Universidad.

Corresponde ahora hablar del Dr. Guillermo Soberón (1973-1980), sucesor del Dr. González Casanova, quien también se preocupó por darle una solución a la incontrolable expansión de los universitarios. Soberón puso en marcha, entre 1974 y 1976, un proyecto que consistió en crear la Escuela Nacional de Estudios Profesionales (Cuautitlán, Acatlán, Iztacala, Aragón y Zaragoza). esto con la finalidad de “desahogar” a la Ciudad Universitaria.

También en 1973, se crearon el Colegio de Bachilleres, la Universidad Autónoma Metropolitana, en 1978, el Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica, la Universidad Pedagógica Nacional y el reforzamiento académico y financiero de las universidades estatales.<sup>10</sup>

En cuanto a las actividades referentes a la radio y televisión, fueron controladas por la Rectoría, así la Dirección General de Difusión Cultural dejó de participar en la producción televisiva de la UNAM.

Durante los primeros años en que el Dr. Soberón fungió como rector, se creó la Dirección General de Divulgación Universitaria, en la cual se incluía al Departamento de Cine, Radio y Televisión.

En su gestión, el proyecto de extensión de la educación universitaria sufrió una transformación a través del SUA, que contemplaba el uso intensivo de la televisión para convertirse en “una modalidad de apoyo educativo en la enseñanza tradicional más que como un instrumento para atender la demanda de educación”.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Soberón A. Guillermo, *Informe del Rector*, 1980, pág. 22

<sup>11</sup> Soberón A. Guillermo, op. cit., pág. 45

De aquí, que los siguientes proyectos relacionados con la televisión abierta no tuvieran relación con el SUA, ya que en 1973 en el ámbito de la Secretaría de Educación Pública, se le había dado un nuevo impulso al Sistema de Telesecundaria para ampliar su cobertura y mejorar su producción debido a la aceptación que se había alcanzado.

No obstante, el interés persistente por encontrar una manera más efectiva de emplear y desarrollar tecnología educativa, fueron impulsos que motivaron que el 3 de agosto de 1973, se creara la Asociación Civil DIDACTA, conocida posteriormente como CUPRA (Centro Universitario de Producción de Recursos Audiovisuales), con la intervención de las facultades de Química y Medicina, representadas por sus respectivos directores.

Su objetivo social era el de: "Prestación de servicios sociales para producir difusión cultural para el diseño y producción de material didáctico, informativo y para administración."<sup>12</sup>

Durante este tiempo, además de la fundación de la asociación, se impartieron talleres y cursos en distintas dependencias con el propósito de capacitar tanto a los alumnos como a los maestros en el uso de los medios de comunicación electrónicos para apoyar la enseñanza y la investigación.

En ese mismo año, la UNAM se alió a la Secretaría de Salubridad y Asistencia para originar lo que se conocería como el CLATES (Centro Latinoamericano de Tecnología Educacional para la Salud), la ANUIES y la Organización Panamericana para la Salud. A pesar de que con la huelga de 1972 se suspendieron las transmisiones universitarias, entre los años de

---

<sup>12</sup> "Un año de labores en la comunidad universitaria", Gaceta UNAM, 3ª época, vol. 7, núm. 15, pág. 1

1973 y 1975 se televisaron varias actividades entre las que destacan los conciertos universitarios, el clásico de fútbol americano entre la UNAM y el Politécnico, así como los juegos que realizaban en su propio campo el equipo de fútbol Universidad.

También salieron al aire las series **Problemática Nacional** y **Filmoteca de la UNAM**, esta última con 38 programas de cine por canal 11 (actualmente se trasmite a la media noche por canal 9) Mientras tanto, Difusión Cultural creaba el Departamento de Comunicación Universitaria cuya función era la de recabar toda la información necesaria para producir programas de radio y televisión que propagaran la vida académica de la UNAM.

Siete años más tarde, el CLATES formó parte de la UNAM adoptando el nombre de CEUTES (Centro Universitario de Tecnología Educativa para la Salud).<sup>13</sup>

Por su parte, la Comisión de Nuevos Métodos de Enseñanza, otro organismo universitario, cuyo propósito era el de promover métodos pedagógicos y medios audiovisuales en las escuelas y facultades, se fusionó con el Centro de Didáctica de la Facultad de Filosofía y Letras, que ya había instalado el circuito cerrado de televisión, para formar el Centro de Investigación y Servicios Educativos.

Unos meses antes de esta fusión, se había creado el Consejo de Metodología y Apoyos Educativos. Su función era la de conocer todas las actividades y trabajos que se desarrollaban en todas las dependencias universitarias que estuvieran en contacto con las técnicas educativas.

En 1974, se instaló el Laboratorio de Cine Científico de la Facultad de Ciencias<sup>14</sup> (que más tarde se conocería como Laboratorio de Investigación y Planeación de la Enseñanza de la

---

<sup>13</sup> Soberón A. Guillermo, *op. cit.* pág. 42-43

<sup>14</sup> Gaceta UNAM, 11 de diciembre de 1974

Biología (LIPEB), con la finalidad de elaborar materiales cinematográficos de apoyo a la enseñanza para orientación vocacional respecto a las carreras científicas, además de ser un instrumento de investigación.

También se consideraba la idea de crear una filмотeca de cine científico, así como la posibilidad de formar personal capacitado en áreas científicas y técnicas aplicadas a la cinematografía.

En 1978, se creó el Programa Experimental de Comunicación de la Ciencia, con el propósito de utilizar otros medios de comunicación. Este programa contaba con el respaldo económico de la SEP. Más tarde, se transformó en el Centro Universitario de Comunicación de la Ciencia.<sup>15</sup>

En el lapso de tiempo entre 1973 y 1979, se originaron diversos talleres de circuito cerrado de televisión en las diversas facultades, con el objetivo, por un lado, de apoyar a los alumnos de las carreras de comunicación colectiva, y por el otro, de crear material audiovisual para la enseñanza y la investigación.

Dentro de este último enfoque, se destacó la participación de las facultades de Psicología, Contaduría y Administración, Medicina, Veterinaria y Zootecnia, además de la ENEP Iztacala.

Debido a que en las dependencias universitarias la adquisición de equipo televisivo se dio de una manera un tanto desordenada, el 12 de noviembre de 1979, se fundó el Centro Universitario de Producción de Recursos Audiovisuales (CUPRA), el cual obtuvo tanto el equipo como el personal de DIDACTA. CUPRA tenía las funciones de producir material

---

<sup>15</sup> Soberón A. *Informe del Rector*, pág. 60.

audiovisual, proporcionar asesoría, coordinar las actividades de los distintos centros de producción universitaria, entre otras.

#### 4.2 LA UNAM, TELEVISA Y EL ESTADO.

En enero de 1976, dio inicio al convenio más controvertido que pudo haber celebrado la Universidad con la televisión comercial (que hasta la fecha sigue vigente).

El 12 de enero se realizó un acuerdo con la Fundación Cultural Televisa, A.C. (FUCUTEL), de este surgió la serie **Introducción a la Universidad** por canal 5, de la cual se afirmaba, que a pocos días de haber iniciado sus transmisiones había acaparado la atención de un buen número de televidentes.

Esta serie fue la primera, de varias, que se dieron bajo la responsabilidad de la Dirección General de Divulgación Universitaria. En junio de ese mismo año, se comenzó a transmitir por canal 8 de lunes a viernes, mientras se ampliaba la cobertura en el canal 5. En este mismo mes, salió al aire **Orientación Vocacional** con media hora de duración por programa.

**Introducción a la Universidad** tenía la finalidad de instruir, de manera sencilla, sobre la cultura universitaria y los principios científicos y técnicos básicos, a toda aquella población que por diversas causas no tenía acceso a la enseñanza media y superior.

La serie se dividió en diferentes ciclos, en los cuales se produjeron, transmitieron y retransmitieron más de mil programas, generalmente por los canales 2, 5 y 8 de lunes a viernes, con una duración aproximada de 30 minutos y dos horas por cada emisión.

Por su parte, la Facultad de Química, que formó parte en la realización de la serie, presentó guiones académicos y televisivos a FUCUTEL, los cuales se vieron limitados debido a que el monopolio, en teoría, se hacía cargo de lo técnico y la UNAM de lo académico, sin embargo, en la práctica, no se respetaba esto.

La Lic. Rosa Martha Fernández, entonces jefa del Departamento de Televisión Educativa de DIDACTA, opinó que los resultados obtenidos del convenio Televisa-UNAM, habían sido insatisfactorios, agregando que “casi sería un ejemplo de antitelevisión educativa, debido a que lejos de que la televisión aquí funcione para motivar a la gente, para adquirir el conocimiento, para tener un mayor manejo de la realidad, lo que ocurre es que se refuerza el concepto de cultura como algo tedioso, aburrido, esquemático, rígido y finalmente confuso.”

La Lic. Fernández consideró que no podía haber una buena conjugación entre la UNAM y Televisa debido a que esta última imponía, finalmente su supremacía dando por resultado la manipulación académica por parte de la misma.

Según la licenciada, Televisa consideraba que todo lo referente a la educación debía concentrarse en el texto y no en la imagen, la cual sólo servía de ilustración y cuya función era la de atraer la atención del espectador. Para la Universidad, esta concepción que el monopolio tenía de la televisión educativa era un grave error, ya que la UNAM contemplaba que la información comprendía tanto lo visual como lo auditivo, complementándose entre sí para lograr un resultado satisfactorio.

También hizo referencia a una falta de profesionalismo por parte de la empresa, ya que la supervisión de la calidad de los programas no podía realizarla la UNAM, pues el control y

mando lo tenía Televisa, por lo que el material se veía impregnado del estilo de la televisora privada.

También, durante aquel año, se firmó un acuerdo con el canal 13, pretendiendo así, transmitir programas esencialmente culturales, bajo la ayuda y respaldo de especialistas universitarios, así como de profesores y técnicos deportivos, con la finalidad de difundir cultura y entretenimiento.

El resultado de este convenio originó que la UNAM patrocinara algunas series como **El ascenso del hombre**, **Grandes hombres de la historia** y **El hombre y la lucha por la supervivencia**, además, junto con el Instituto de Investigaciones Antropológicas se realizó **El alba del hombre**.

Un año más tarde, las autoridades universitarias contemplaron la idea de sustituir las aulas por la televisión, a esto se le conoció como "Esquirolaje Electrónico". Pero, este hecho fue tan sólo la respuesta de las autoridades ante el paro de labores de 20 días que habían realizado los integrantes del STUNAM (Sindicato de Trabajadores de las UNAM, fusión del STEUNAM y del SPAUNAM).

Durante el periodo de huelga, la Dirección General de Difusión Cultural, lanza otra serie entre junio y julio de 1977, con el nombre de **Revista Cultural**, la cual fue considerada por Fernando Curiel, el entonces subdirector de Difusión Cultural, como un taller que buscaba un lenguaje apropiado con el cual penetrar a los grandes núcleos de la población.<sup>16</sup>

Algunas semanas más tarde, se consideró que **Revista Cultural** era un órgano informativo que pretendía crear una conciencia crítica en aspectos artísticos y culturales del

---

<sup>16</sup> "La UNAM por televisión. La televisión, magnífico medio para la difusión de la cultura", Gaceta UNAM, 18 de julio de 1977, pág. 1-4

país. Su objetivo era abarcar al público en general,<sup>17</sup> prueba de esto lo constituyó el conjunto de programas infantiles que formaban parte de Revista **Cultural** y que se transmitían los sábados.

Se llegó a considerar que esta serie estuvo libre de censura debido a que en esta prevalecía la libertad de expresión y de programación. Se realizaba en vivo desde los estudios Churubusco, desde donde se mandaba la señal a canal 11 para que este transmitiera cada uno de sus programas.

Para 1978, sufrió algunos cambios que se caracterizaron por exhibir, con más frecuencia, diversas películas. Finalmente para febrero de aquel año, **Revista Cultural** salió del aire. No se sabe con exactitud la razón de su desaparición, hay quienes piensan que fue el resultado de un desacuerdo entre Divulgación Universitaria y Difusión Cultural, otros opinan que fue por la intervención de Televisa.

Mientras tanto, se introdujo otra serie llamada **Divulgación de Temas y Tópicos Universitarios**.

Esta nueva serie fue muy semejante a las cátedras que se impartieron durante el tiempo en que duró la huelga. Fue producida por la Dirección General de Divulgación Universitaria, dependiente de la Secretaría de Rectoría, iniciándose el 18 de julio de 1977 por canal 5 de 8 a 14 horas.

Entre sus objetivos destacan el de proporcionar al público en general programas con una temática cultural, científica y tecnológica, bajo un lenguaje sencillo de comprender, apoyar a los alumnos de nivel medio y superior en aquellas materias que reportaban un mayor número de reprobados, apoyar en la orientación vocacional a futuros estudiantes de ambos niveles,

---

<sup>17</sup> *"Imagen Cultural"*, Gaceta UNAM, 8 de septiembre, pág. 16-17

servir como medio de actualización a los profesionistas y apoyar a las escuelas o facultades en la producción y transmisión por televisión.<sup>18</sup> Esta serie llegó a transmitirse por los canales 2, 5 y 13 en diferentes horarios.

Dos años después de su creación, como parte de los festejos de los 50 años de Autonomía de la Universidad, se transmitió la inauguración del edificio que en el Centro Cultural Universitario aloja a la Biblioteca y Hemeroteca Nacionales y al Centro de Estudios sobre la Universidad (CESU), así como la clausura de estos festejos.

Para 1980, su transmisión se redujo a los canales 2 y 5. En 1981, año en que tomó posesión el Dr. Octavio Rivero Serrano como nuevo rector, la serie había experimentado ligeros cambios que le permitieron subsistir hasta el siguiente año.

Entre las escuelas que mayor participación tuvieron a lo largo de esta serie, pueden mencionarse las siguientes: la Facultad de Medicina, la Escuela Nacional de Enfermería y Obstetricia, Psicología, Odontología, Contaduría, Derecho, Dirección General de Publicaciones y la Escuela Nacional Preparatoria.<sup>19</sup>

Sin embargo, **Divulgación de Temas y Tópicos Universitarios** no logró cubrir las expectativas de muchos, debido a la baja calidad que reflejó en sus programas como consecuencia de una deficiente producción. Esto dio margen a que en el año de 1978, se llevara a cabo una encuesta a algunos maestros que participaron en la serie, los resultados obtenidos reflejaban las deficiencias y problemas por las que atravesaba la serie.

---

<sup>18</sup> *Coordinación de los programas de Introducción a la Universidad y Divulgación de Temas y Tópicos Universitarios. Informe de la Experiencia de la UNAM por TV, México, sin fecha.*

<sup>19</sup> "Tercer aniversario de la serie *Divulgación de Temas y Tópicos Universitarios*", *Gaceta UNAM*, 3 de julio de 1980, pág. 2-3

Cabe mencionar que el profesorado que participó en la serie contaba con experiencia en el campo de la cátedra, más no en lo que a televisión se refería. La improvisación y la premura en la producción se hacían presentes, no se contaba con un programa pedagógico o un proyecto académico, debido a que no se tomó mucho en cuenta la opinión del público a quien estaba dirigido.

La encuesta permitió conocer algunos aspectos que provocaban inconformidad entre los profesores participantes y en los cuales se debía poner más atención. Es importante señalar, que ni la encuesta ni sus resultados cuestionaban la idea de la “cátedra televisada”, más bien, fue un medio que permitió analizar el sentido de la serie.

Es muy probable, que la falla hubiera provenido de objetivos carentes de claridad, puesto que sólo se limitaban a televisar cátedras, sin considerar todos aquellos elementos específicos, apropiados para la enseñanza a través del televisor. Tampoco se complementaba con textos, guías o tutorías, necesarias en todo sistema de enseñanza abierta.

Por lo que desafortunadamente, puede considerarse como un desperdicio el tiempo en que se transmitió esta serie, ya que se desaprovechó tiempo, y recursos humanos, técnicos y monetarios.

Otras de las series televisadas de la Universidad lo fueron **Actualidades Universitarias**, **Nuestros Maestros y Universidad en Marcha** y la **Memoria Videograbada de la UNAM**.

La primera dio inicio en junio de 1980, por canal 11. **Actualidades Universitarias**, era un noticiero que informaba todo lo referente a la Universidad, los cursos y talleres que se imparten en esta, los eventos que se llevan a cabo, las actividades del rector y de quienes

participaban con él, información deportiva, ciencia, arte, cultura, aportaciones de la UNAM a los problemas del país, etc.

Este noticiero estuvo al aire, aproximadamente, por un año, bajo la coordinación de personal y equipo de la propia institución.

La segunda serie, **Nuestros Maestros y Universidad en Marcha**, inició en julio de 1979, su objetivo, fue el de rendir un homenaje a los profesores integrantes de la institución. Su programación estaba basada en las entrevistas que realizaban a los mismos.

Y por último, **Memoria Videograbada de la UNAM**, que tuvo una duración de cuatro años, de 1977 a 1981, y el cual se realizó para conservar todos los actos que realizaba el rector y sus principales colaboradores, con el propósito de que se usara como material de consulta.

Por otro lado, durante la gestión del Dr. Rivero Serrano (1981-1985), se dio una especie de letargo en la historia de la Universidad, ya que no contaba con un proyecto debidamente estructurado, su planeación se había basado en lineamientos incongruentes y fuera de la realidad por lo que no se obtuvieron resultados satisfactorios, puesto que ni siquiera se tenían objetivos claros y precisos.

Por lo anterior, se le adjudicó que había adoptado la misma aptitud del presidente en turno, Miguel de la Madrid (1982-1988).

A Octavio Rivero Serrano le correspondió enfrentar la crisis política, social y económica por la que atravesaba el país, y por consecuencia, la crisis de la propia Universidad, que la llevó al declive, a tal grado, que las autoridades educativas habían comenzado a dudar acerca de la capacidad y efectividad de la institución para cumplir con los objetivos para los cuales había sido creada.

Rivero Serrano consideró a la Universidad como la comunidad capaz de reconocer, estudiar e investigar los problemas de la nación, pero sin comprometerse, ni participar en estos. Es importante señalar, que durante el tiempo en que fungió como rector, la población universitaria logró su estabilidad.

Ahora bien, entre 1981 y 1982, la Dirección General de Divulgación Universitaria intensificó sus esfuerzos para estrechar fuertemente sus lazos con la televisión comercial. Ya en noviembre de 1980, la Secretaría de Rectoría había organizado el Primer Seminario Internacional de Televisión Universitaria. Un año más tarde, se inauguró la Primera Muestra de Televisión Universitaria (educativa, cultural e instructiva) organizada por la propia secretaría, a través de la Dirección General de Divulgación Universitaria.

Posteriormente, el rector Rivero Serrano dio a conocer el sentido de lo que era televisión universitaria, por lo que mencionó lo siguiente: “Los objetivos básicos de la televisión universitaria son apoyar los esfuerzos curriculares que se realizan en cada facultad y escuela para una mejor enseñanza, y hacer llegar los mensajes de ciencia, tecnología y cultura que genera la institución al entorno popular...”, afirmó que “la enseñanza audiovisual no se contrapone a los esfuerzos clásicos que realiza el personal académico, sino que constituye un apoyo a la extensión académica dentro de la institución...”<sup>20</sup>

Por su parte, Luis Molina Piñero, entonces coordinador general académico de Divulgación Universitaria, opinó lo siguiente: “El rector ha delineado a corto y a mediano plazo la utilización de instrumentos televisivos para apoyar a la docencia y a los proyectos

---

<sup>20</sup> “Objetivos de la televisión universitaria”, Gaceta UNAM, 12 de febrero de 1981, pág. 5

académicos de acuerdo con los programas elaborados en cada una de las facultades, escuelas, institutos y centros de la Universidad”.<sup>21</sup>

Para el Dr. Jorge Hernández y Hernández, entonces secretario de la rectoría, las cátedras televisadas eran aptas para su difusión por canales comerciales como medio para apoyar la enseñanza abierta y también como recurso de apoyo docente. Mencionó que “la televisión es un vehículo a través del cual puede ser canalizado el sistema de enseñanza abierta, en el que el alumno tiene la posibilidad de consultar cuantas veces lo requiera, los videocasetes grabados... Los estudiantes universitarios, son la preocupación fundamental de la actual administración y hacia ellos se enfoca el uso de este medio de difusión masiva... este sistema, en ocasiones, sirve como instrumento auxiliar para el maestro, con la ventaja de que puede ser consultado en el momento que sea requerido”.<sup>22</sup>

Por otra parte, el CUPRA realizaba un proyecto mucho más apropiado para la enseñanza en circuito cerrado que consistía en un conjunto de materiales audiovisuales, elaborados por un grupo interdisciplinario de especialistas en comunicación educativa.

Como puede verse, las opiniones anteriores sugerían que las transmisiones que se llevaban a cabo por canal abierto podían ser también difundidas a través de sistemas de circuito cerrado en la Universidad. Sin embargo, y a pesar de sus palabras enaltecedoras acerca de las producciones, estas no contaban con la debida calidad, ni con una estructura pedagógica adecuada, necesaria para fungir como herramienta valiosa para la docencia. Prueba de esto, lo fue la conclusión a la que se llegó en la reunión entre el director de Divulgación Universitaria y

---

<sup>21</sup> “Reconocimiento a profesores por su participación en la televisión universitaria”, Gaceta UNAM, 16 de febrero de 1981.

<sup>22</sup> “Entrevista con el Dr. Jorge Hernández y Hernández”, Gaceta UNAM, 29 de junio de 1981, pág.6

los coordinadores de las series **Divulgación de Temas y Tópicos Universitarios** e **Introducción a la Universidad**, realizada en marzo de 1981, como parte del Programa de Superación Académica.<sup>23</sup>

Mientras tanto, el empleo de circuito cerrado en algunas facultades se había desarrollado cada vez más. Para 1981, Contaduría y Administración informaba que se aprovechaban el 95 por ciento de la programación realizada, ya que contaba con 1600 programas de televisión, los cuales se habían impartido en forma continua por circuito cerrado, para 1979, asistieron aproximadamente, 135 mil alumnos a los salones audiovisuales”.<sup>24</sup>

El entonces director de Contaduría y Administración, C.P. Manuel Reza García, señaló que: “...los programas académicos de la Facultad utilizan normalmente este material (de televisión), a tal grado que ya se han grabado en videocasete las dos carreras que ofrece, la de contaduría y la de administración, y esta experiencia se ha transmitido a algunas universidades del país a través de los convenios de intercambio respectivos, establecidos por medio de la Dirección General de Intercambio Académico”.<sup>25</sup>

Por su parte, el Dr. Juan Garza Ramos, entonces director de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia, hizo alusión de las ventajas del circuito cerrado, mientras el Dr. Carlos Sánchez MacGregor, director de la Facultad de Medicina en aquel tiempo, mencionó algunos aspectos del Centro de Apoyo Audiovisual con el que se contaba.

Por otro lado, **Introducción a la Universidad y Divulgación de Temas y Tópicos Universitarios**, seguían dando de que hablar.

---

<sup>23</sup> “Respuesta al programa de superación académica”, Gaceta UNAM, 26 de marzo de 1981, pág.9

<sup>24</sup> “Reconocimiento a profesores por su participación en la televisión universitaria”, Gaceta UNAM, 16 de febrero de 1981, pág. 5

<sup>25</sup> “Cuatro años de transmisión ininterrumpida”, Gaceta UNAM, 2 de julio de 1981, pág 11

A la primera, se le consideró como en una segunda etapa durante el tiempo en que estuvo como rector el Dr. Rivero Serrano. No obstante, de que aún permanecía al aire, el contenido y la producción no quedaba en manos de la Universidad, sino, por un lado, de Divulgación Universitaria, y por el otro, por la empresa Televisa.

Durante este tiempo se habló de la producción del programa **Universidad y Sociedad**, el cual había sido elaborado de tal manera, que se relacionara con los temas concernientes a la campaña de Miguel de la Madrid.

Algo similar sucedió con **Divulgación de Temas y Tópicos Universitarios**, que en 1981, adoptó el nombre de “**Los universitarios ante los problemas de México**”, donde los objetivos también había sido manipulados por el Estado para apoyar a la campaña del candidato priista.

En 1982 se desarrolló un proyecto de actualización profesional a través de la televisión, resultado de la colaboración entre la TRM, facultades de medicina a nivel nacional y la SSA. A diferencia de otros, este programa tuvo lineamientos educativos mejor definidos por lo que se obtuvieron resultados satisfactorios. Sin embargo, no hay datos ni documentos que muestren la continuidad de este proyecto, tal vez, sólo fue una especie de experimento que no tuvo mayor trascendencia.

Un año más tarde, el 23 de marzo de 1983, la UNAM participa en uno de los hechos históricos para la televisión mexicana: la transformación del canal 8 de Televisa en una estación cultural, a partir del mes de abril de ese mismo año, lo cual fue avalado y respaldado por la Máxima Casa de Estudios .

Al respecto, el columnista Salvador Flores Llamas mencionó que el canal 8 sería concedido por Televisa a la UNAM, inclusive afirmó, que los convenios que acreditaban dicha acción ya habían sido firmados por las dos partes interesadas, y que la Universidad ya se encontraba preparando con un proyecto que lo convertiría, cien por ciento, en un canal cultural.<sup>26</sup>

Días después, otro columnista llamado Antonio Andrade, afirmó que la UNAM tendría expresión televisiva, agregando que el rector manejaba milagrosamente el pobre presupuesto que le era asignado para formar a miles de universitarios, y que por tal motivo, evadía hasta donde fuera la posible que Televisa le otorgara el canal, ya que esto significaba un enorme gasto para la Universidad. Afirmó que, la institución sólo pretendía obtener un tiempo considerable para sus transmisiones, a lo cual, tanto Televisa, como canal 11 y la televisora del ajusco, estaban en la mejor disposición de cumplir..<sup>27</sup>

Como puede verse, el comentario de Flores Llamas daba por hecho que el monopolio ya había concedido el canal en su totalidad a la Universidad.

Sin embargo, con las afirmaciones de Andrade se puso en tela de juicio las palabras del primero, dando la impresión de que trataba de adjudicar a la UNAM toda la responsabilidad del por qué esta no adquiría el canal, haciendo alusión a la deficiente situación económica en la que se encontraba esta, principal razón por la cual, según el columnista, la dependencia prefería rehusarse al manejo directo del canal, ya que, tanto Televisa como el Estado, no tenían objeción alguna, sino por el contrario, se encontraban en la mejor disposición para ayudar y contribuir a la honorable actividad de enseñar.

---

<sup>26</sup> Flores Llamas, Salvador, "Acrópolis", *Ovaciones*, 11 de marzo de 1983

<sup>27</sup> Andrade, Antonio, "De fuente autorizada", *El Universal Gráfico*, 16 de marzo de 1983.

De haber sido así, la UNAM no hubiera tenido la necesidad de llegar a ningún acuerdo con el monopolio para que este le concediera el canal, sino que desde un principio, lo hubiera manejado si el Estado así lo hubiera dispuesto.

El 23 de marzo se anunció la firma de los nuevos convenios, resaltando la transformación del canal 8 en cultural, mediante el apoyo de la Universidad. El boletín, que apareció en todos los diarios y que emanaba de la Dirección de Información de Televisa, señalaba que para la producción de los programas:

La Universidad tenía que proporcionar asistencia científica y cultural , mientras que Televisa y Fundación Cultural Televisa proporcionarían asistencia técnica y facilidades tecnológicas con el fin de difundir a la nación mexicana programas en un lenguaje sencillo, con múltiples imágenes fáciles de captar, para que el pueblo mexicano elevara su nivel cultural y al mismo tiempo encontrara entretenimiento y diversión.<sup>28</sup>

En el convenio que se había firmado el 24 de febrero (primer acuerdo con Televisa) destacaba, además de la asesoría en la producción de los programas por parte de la UNAM que estaría a cargo de FUCUTEL y Televisa, la disponibilidad que debía haber por parte de la Universidad para que la empresa grabara todos los eventos culturales y recreativos por esta producidos, a su vez, Televisa se comprometió a transmitir un mínimo de 3 a 5 horas diarias dentro de la “Programación Cultural Universitaria”, adicionando una hora los sábados por canal 2.

---

<sup>28</sup> Morales, Humberto, *“Más cultura para el pueblo. Televisa y UNAM firman importante convenio”*, Ovaciones, 23 de marzo de 1983

Además se acordó que si el horario lo permitía se podía ampliar para la transmisión de programas que así lo requirieran.<sup>29</sup>

Un mes más tarde, el 23 de marzo, (segundo convenio), la Universidad asentaba con mayor claridad su papel ante Televisa, así como también sus derechos que le correspondían, logrando que siete días después, se agregara un anexo en el cual la empresa aceptaba incluir programación universitaria vespertina y nocturna<sup>30</sup>, en el cual se incluyeron: cine nocturno, **Noche a noche en el 8, Deportemas UNAM, Festival y México en la cultura.**

En la primera cláusula del último convenio se estipuló los cuatro tipos de producción que comprendería la “Programación Cultural Universitaria”:

- a) Programas sujetos a los convenios anteriores (Divulgación de Temas y Tópicos Universitarios e Introducción a la Universidad).
- b) Programas producidos por Televisa y FUCUTEL con apoyo cultural y científico de la UNAM.
- c) Programas producidos por la UNAM con recursos propios o con apoyo de Televisa. Incluye programas producidos por otras instituciones, nacionales o extranjeras, que se transmitan con patrimonio universitario, y
- d) Programas coproducidos por la UNAM y FUCUTEL o Televisa.<sup>31</sup>

La segunda cláusula establecía el compromiso que Televisa había adquirido respecto al horario en que se transmitirían los programas de **Introducción a la Universidad y Divulgación de Temas y Tópicos Universitarios**, además de estos, la empresa se

---

<sup>29</sup> *Convenio UNAM-Televisa-FUCUTEL*, 24 de febrero de 1983

<sup>30</sup> *Convenio UNAM-Televisa-FUCUTEL*, 23 de marzo de 1983

<sup>31</sup> *Ibid.*

comprometió a transmitir tres horas semanales de las producciones con recursos de la UNAM o patrocinados por la misma.<sup>32</sup>

En las siguientes cláusulas se plasmó el compromiso de ambas por permitirse el acceso a material impreso, grabado o filmado para emplearse en sus respectivas producciones, siempre y cuando fuera empleado para fines culturales.<sup>33</sup>

En las cláusulas finales se establecieron aspectos referentes a la duración del acuerdo, siendo esta de manera indefinida, una revisión semestral y/o modificaciones si alguna de las partes así lo hubiera solicitado.<sup>34</sup>

A pesar de que en este acuerdo la UNAM trató de mejorar y fortalecer su presencia en la televisión comercial, puede decirse, que la mejoría que se logró fue mínima, ya que si bien Televisa aceptó algunos puntos, quizá por la situación en la que se hallaba, la UNAM tuvo que acceder a que su producción se concentrara en el canal 8, cuya cobertura era puramente local (Valle de México) y dejar los otros canales de alcance nacional.

El día en que se llevó a cabo la firma entre UNAM y Televisa, celebrada en rectoría, ambos dirigentes, Rivero Serrano y Miguel Alemán Velasco, efectuaron eminentes discursos, en donde Alemán mencionó lo siguiente:

“Televisa es una organización cien por ciento mexicana, así se explica su permanente propósito de realizar una comunicación nacionalista y moderna, que sirva a sus compatriotas de vehículo de integración colectiva y de enaltecimiento de la vida en común mediante actividades culturales, de recreación y de fomento económico.

---

<sup>32</sup> Ibid.

<sup>33</sup> Ibid.

<sup>34</sup> Ibid.

El nuevo giro que Televisa le dará al canal 8, con la invaluable cooperación de la UNAM, corresponde a dos tareas convergentes complementarias: descentralizar la vida de la República, reconociéndole a cada región sus características propias, y darle un gran impulso a las expresiones de la cultura nacional”.<sup>35</sup>

Por su parte, el rector Octavio Rivero Serrano dijo:

“La Ley Orgánica de la UNAM deja claro el compromiso de la Institución: esta no sólo debe poner sus mejores esfuerzos en la educación a los diversos niveles que atiende, no sólo ha de realizar investigaciones en las diversas áreas del mundo científico, tanto en ciencias naturales y exactas como en aspectos sociales y humanísticos, sino también tiene la prerrogativa de extender hacia la mayoría los beneficios de la cultura en sus mejores manifestaciones.

La Universidad desea fortalecer su mensaje profundizando en los valores culturales de nuestra nación, aspira a que la extensión de la cultura en relación con nuestra historia, con nuestras costumbres, con nuestras artes, robustezca en nosotros, al afirmar tales valores, el sentido de nuestra dignidad.”<sup>36</sup>

Después de estos ceremoniosos discursos, no podía faltar la presencia del “Tigre” Azcárraga, quien resaltó, según el columnista Francisco Magón A., “su posición de superioridad económica y su fuerza de todo tipo sobre los intelectuales del país”<sup>37</sup>, ya que este aprovechó la ocasión para referirse con palabras poco apropiadas y fuera de contexto, hacia la comunidad universitaria, a lo que obtuvo como respuesta, por parte del rector, una posición diplomática, digna del representante de la Máxima Casa de Estudios del país.

---

<sup>35</sup> Versión aproximada de las palabras que pronunció Miguel Alemán Velasco conforme a las versiones de los diarios *Esto*, *Excélsior*, *Novedades*, *el Sol de México* y *El Universal*, del 24 de marzo de 1983.

<sup>36</sup> Versión aproximada de las palabras que pronunció Octavio Rivero Serrano, conforme a las versiones de los diarios *Esto*, *Ovaciones*, *El universal* y *Uno más uno*, del 24 de marzo de 1983

<sup>37</sup> Magón A, Francisco, “*Que no le digan. El tigre por la cola*”, *Excélsior*, 26 de marzo de 1983.

Una vez firmado el convenio, las críticas no se hicieron esperar. Había algo sospechoso que envolvía al acuerdo, que fue relacionado con los intereses políticos, económicos y sociales de la empresa.

Hubo acontecimientos, como el hecho de que el entonces secretario de Gobernación, Manuel Bartlett, anunciara el nuevo “Sistema de Comunicación Social del gobierno federal”, la organización de un Foro de Consulta Popular de Comunicación Social y el alarde que la empresa hizo de dicho convenio, cuando la UNAM no puso tanta efusión, que pusieron en duda la credibilidad de las razones del por qué Televisa había decidido, tan repentinamente, designar uno de sus canales a la cultura del país, y que se relacionaron con la firma del acuerdo UNAM-Televisa.

Ante esto, hombres de prestigio emitieron su opinión, coincidiendo en que lo que Televisa buscaba era depurar, limpiar, borrar, todo lo malo que había hecho a lo largo de los años, de tal manera, que esto permitiera que la empresa obtuviera nuevamente la concesión de los canales.

Otros opinaban que cómo se podía hablar de cultura, cuando la sociedad daba muestras, por medio de sus actos, de carecer totalmente de esta.

Aunado a esto, estaba el hecho de que las transmisiones universitarias cubrían el tiempo fiscal que por ley le correspondían explotar al Estado. Aquí había una ventaja más para que la empresa decidiera poner en marcha un canal cultural. Por lo que se puede decir, que el canal 8 proporcionó la ayuda que el consorcio necesitaba para salir de sus problemas económicos, políticos y sociales.

Ante esta situación, Raúl Trejo Delarbre, investigador universitario, consideró que este convenio beneficiaba ambas partes en el sentido de que la programación universitaria “viste a Televisa en términos de presencia y les sirve también a los funcionarios universitarios para simular que hacen algo por difundir la cultura”<sup>38</sup>, ya que carecían de toda utilidad académica real.

Para el mes de abril, la controversia y polémica de dicho acuerdo llegó hasta el Consejo Universitario, donde un grupo de consejeros estudiantiles de la Facultad de Filosofía y Letras, de Medicina, de la ENEP Acatlán, y de Economía, junto con representantes de los trabajadores, presentaron un documento en el cual se exigía, por un lado, conocer los términos en los cuales se había llevado a cabo el convenio y los cuales no habían sido dados a conocer con propiedad a la comunidad universitaria, y por el otro, se desconociera el acuerdo por el Consejo Universitario, hasta que no se estipularan las políticas en materia de difusión apropiadas para la Universidad.

La discusión, que se prolongó por varias horas, estuvo presidida por dos grupos, uno en contra y otro a favor, los cuales expusieron sus razones respectivamente. Ante tal situación, se sometió a votación las propuestas derivadas de la discusión, llegándose a la conclusión de que se diera difusión al convenio, precisándose los términos en que fue firmado, que la Comisión de Difusión Cultural del Consejo Universitario definiera lo que se debía entender por difusión cultural y extensión universitaria, y por último, que el votar por el desconocimiento del convenio, no era de la incumbencia del Consejo Universitario.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup>Trejo Delarbre, Raúl, *Por mi raza hablará la televisión*, Uno más uno, 3 de abril de 1983

<sup>39</sup> Información tomada de la Minuta de la sesión del Consejo Universitario, 14 de abril de 1983, Punto VII de Asuntos Generales, pág. 12-22, Archivo del Consejo Universitario.

Para mayo y diciembre de 1983, se dieron una serie de ajustes, por lo que el 16 de mayo se dio a conocer un “Acuerdo de modificación de estructuras de la Secretaría de la Rectoría”, en donde se manifestaba la creación de 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, que anteriormente dependía de la Secretaría General Académica.

El objetivo del área de Divulgación consistía en emitir la finalidad de la Universidad y las actividades propicias para alcanzarla, así como también, registrar y difundir todos aquellos acontecimientos que se daban en la docencia y la investigación.

En cuanto al objetivo del área de Producción de Recursos Audiovisuales, se trataba de coordinar el Programa Universitario de Televisión, de fomentar la integración de personal capacitado para la producción de material audiovisual y de televisión, que a su vez, eran transmitidos para coadyuvar en la enseñanza, no sólo académica, sino integral, divulgando así, el pensamiento universitario, además de mantener actualizadas a las autoridades universitarias en cuanto a los sistemas de producción y reproducción de ambos materiales.

Por otro lado, varios colaboradores del rector fueron cambiados de sus puestos, asignándoles nuevos nombramientos. Además, el CUPRA se incorporó a la Secretaría de la Rectoría, hecho que le permitió al rector tener un mayor control sobre la producción televisiva.

Desde ese momento, CUPRA asumía la responsabilidad de producir tres programas: **Festival**, **Los universitarios en la cultura** y **Tiempo de Filmoteca**. Estas series fueron realizadas con la ayuda de la Dirección General de Difusión Cultural, Extensión Universitaria y con la Filmoteca de la UNAM, respectivamente.

Además, CUPRA acepto la función de la docencia (“formación de recursos humanos”), la cual ya había sido cubierta por la Facultad de Ciencias Políticas, mediante la carrera de Ciencias de la Comunicación, y las ENEPs Acatlán y Aragón; también coordinó el “Programa Universitario de Televisión”, dando origen a que en este participaran algunas instancias universitarias especializadas en la producción televisiva o en la formación de recursos humanos en ese campo.

Esto último permitió que el 17 de noviembre<sup>40</sup>, se diera a conocer un documento (Proyecto 60) en donde se exponían los resultados obtenidos de la consulta a la comunidad universitaria. En el proyecto, se señalaban los objetivos que debía de cubrir y los medios propicios para la producción televisiva, esperando así, corregir los errores cometidos en todo lo referente al recurso humano.

Parecía ser que por vez primera se llevaba a cabo un proyecto bajo una debida planeación, donde participaron especialistas en el campo de la producción de televisión educativa.

Sin embargo, y a pesar de todos los intereses realizados por la Dirección General de Comunicación Universitaria por mejorar la televisión universitaria, la Dirección de Divulgación Universitaria continuaba frenando las producciones de canal abierto, además se negaba a reconsiderar las series que estaban a su cargo (**Introducción a la Universidad y Divulgación de Temas y Tópicos Universitarios**), ya que se pretendía que se realizaran tan sólo pequeños cambios que no alteraran la concepción que esta tenía de la televisión universitaria.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> “Programa de Televisión Universitaria”, 27 de noviembre de 1983

<sup>41</sup> *Informe General de Actividades de la Dirección de Divulgación Universitaria*, 1983

Simultáneamente a la elaboración del “Programa de Televisión Universitaria” (Proyecto 60), por parte de la Dirección General de Comunicación Universitaria, la Secretaría General Académica y la Secretaría de la Rectoría preparaban la evaluación para los cambios académico-administrativo, que fue presentado por el rector en el mes de diciembre.

En su capítulo II, titulado “Los problemas principales de los diversos subsistemas de la Universidad”, específicamente en el punto referente a “La extensión universitaria y la difusión cultural”, se exponía la necesidad de utilizar los medios de comunicación en la expansión de temas académicos y culturales, mencionando que el uso de la televisión no había sido del todo eficaz como lo eran las transmisiones radiofónicas. Así mismo, se establecía el menester de propagar la cultura entre la población.

Es preciso aclarar que si bien se le daba gran importancia al aspecto cultural, también se consideraba que la televisión debía ser un apoyo para la educación, este hecho se contempló en el capítulo III al cual se le llamó “Planes y Proyectos”.<sup>42</sup>

La elaboración del proyecto de televisión quedaría a cargo de la Secretaría de la Rectoría y de la Coordinación de Extensión Universitaria.

Un año más tarde, el 27 de febrero se anunció en la Gaceta UNAM, lo que se le llamó “Activación” del Proceso de Reforma Universitaria”, publicándose los 66 proyectos, que lo integraban. Entre estos, sobresale el Proyecto 60, mejor conocido como “Creación del Programa Universitario de Televisión”, bajo la dirección de la Secretaría de Rectoría y cuyo responsable fue el Dr. Jorge Hernández y Hernández.

---

<sup>42</sup> *Evaluación y marco de referencia para los cambios académico-administrativos*, pág.77

Dicho proyecto estaba dividido en siete puntos. Su objetivo general era utilizar la televisión “como mecanismo de educación integral, como apoyo a los procesos de enseñanza-aprendizaje y como vehículo de la difusión de la cultura universitaria”.<sup>43</sup>

Sus objetivos específicos estaban enfocados a la creación de programas de alta calidad que permitieran el desarrollo integral de los estudiantes mediante el apoyo cultural y académico, intercambiando con otras instituciones, el material y experiencias del medio televisivo.

Además, se plantaban algunas actividades propias para el logro de los objetivos, tales como llevar un control del equipo e instalaciones de televisión de la UNAM, realizar un censo de colaboradores, reuniones periódicas, y un aspecto muy importante, la creación de una comisión del Colegio de Directores, integrada por los directores de escuelas y facultades que contaran con carreras relacionadas con el área, y los que habían participado en las series producidas por Divulgación Universitaria o que contaban con circuitos cerrados de televisión, como lo fue el caso de la Facultad de Contaduría y Administración, entre otras

Dicha comisión estaría a cargo de organizar la consulta abierta o en privado entre la comunidad universitaria.

Un mes después, se había ya consolidado la Comisión del Colegio de Directores, por lo que el 29 de marzo, a través de la gaceta, se convocó a los universitarios a participar en los foros de consulta relacionados con el Proyecto 60.

Al respecto, la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales,<sup>6</sup> cuyo director era Carlos Sirvent, propuso que el temario de la consulta incluyera en el primer punto “Historia y

---

<sup>43</sup> *Proyecto de creación del Programa Universitario de Televisión*, Gaceta UNAM, 27 de febrero de 1984, pág. 27

formulación teórico práctica de la televisión universitaria”, con el cual se cuestionó nuevamente las relaciones entre la televisión universitaria y Televisa.

Los demás puntos eran “El aspecto de la producción en la televisión universitaria, Formación y desarrollo de recursos humanos e Investigación, y Evaluación”.<sup>44</sup>

Al respecto, Magdalena Acosta, de la Facultad de Ciencias Políticas e integrante del grupo de trabajo de la Comisión del Colegio de Directores, estableció doce categorías para clasificar los puntos de vista externados en la consulta:

*Categoría 1. Diagnóstico de la televisión actual.* Básicamente se enfocó a las transmisiones del canal 8, obteniendo, en su mayoría, opiniones en contra, sólo los representantes de Divulgación Universitaria y otras dependencias que participaron en **Introducción a la Universidad y Divulgación de Temas y Tópicos Universitarios**, hablaron a favor.

A grandes rasgos, puede decirse que hubo una serie de críticas por la baja calidad que había en la producción de programas, por la presión que la empresa Televisa hacía a la UNAM, por los horarios de televisión tan inapropiados, por la subutilización de los recursos y por lo obsoleto de algunos, por improvisar las enseñanzas de los maestros que participan en las transmisiones, pasando por alto que se contaba con personal preparado; por una deficiencia en el lenguaje y en la expresión televisiva, por lo tedioso y poco llamativo que resultaban los programas, y porque no se podía hablar de televisión universitaria, mientras no hubieran sido los propios universitarios quienes la realizan y controlan.

---

<sup>44</sup> Gaceta UNAM, 29 de marzo de 1984

*Categoría 2. Opiniones sobre la consulta.* En este punto, los asistentes señalaron la importancia de los foros de consulta para poder expresar sus ideas, inconformidades, y expectativas de la televisión universitaria, pero también manifestaron su inseguridad de que sus opiniones no fueran consideradas. Además se sugirió la publicación de los resultados de esta.

*Categoría 3. Formación de recursos humanos.* Aquí se enfatizó la carencia de personal debidamente preparado, en cuestiones tanto de educación como de televisión, a pesar de la reserva de recursos humanos con la que cuenta la UNAM a través de sus estudiantes de comunicación, por lo que se sugirió que se incorporaran estos a la televisión universitaria, tuvieran una mejor remuneración y se establecieran políticas coherentes en cuanto a la capacitación de personal y de su aprovechamiento.

*Categoría 4. Producción de televisión para el proceso de enseñanza-aprendizaje.* En esta categoría, los ponentes recalcaron que la programación de la Universidad no cumplía con los objetivos, ni mucho menos, satisfacía requerimientos pedagógicos, por lo que era necesario incluir pedagogos al proceso de producción de televisión para apoyar el proceso mencionado.

Además se habló de la posibilidad de reutilizar y aprovechar en circuitos cerrados todas las emisiones grabadas que habían sido presentadas por canal abierto.

*Categoría 5. Propuestas relativas a la creación de un canal universitario.* Una de las propuestas más insistentes fue la referente a que la UNAM contara con un canal televisivo propio, con instalaciones adecuadas, equipo profesional, recursos económicos suficientes y personal altamente calificado, ante esto se originaron varias sugerencias.

*Categoría 6. Creación de instancias u organismos rectores de la televisión de la UNAM.* Se propuso la existencia de un organismo que se encargara de coordinar todos los

aspectos referentes a la televisión universitaria, cuyas funciones principales debería ser las de estar siempre informado de las innovaciones tecnológicas, de realizar inventarios de recursos humanos y materiales, de formar grupos capacitados en la producción de programas, entre otras cosas.

*Categoría 7. Características que debe tener la televisión universitaria.* Se agruparon los objetivos finales que debía alcanzar esta televisión, entre los cuales destacaban: la formación de una televisión que difundiera la cultura, que reforzara el proceso enseñanza-aprendizaje, que transmitiera la idea de que sus intereses no eran políticos o comerciales, y que propiciara, entre los universitarios una mente activa y analítica, abierta siempre al cambio y a los sucesos, etc.

*Categoría 8. Validez curricular al trabajo audiovisual.* Se sugirió que como estímulo a los profesores participantes, fuera reconocido su trabajo mediante un valor curricular, similar a una publicación.

*Categoría 9. Opiniones y propuestas respecto al equipo de televisión.* Debido a que los centros de producción, unidades audiovisuales, etc., se encontraban dispersos en la Universidad, se realizaron una serie de propuestas referentes al equipo adquirido o al que estaba por comprarse, destacando entre estas el proporcionar mantenimiento, procurar que fuera compatible, contratar ingenieros especializados y la realización de una planificación que permitiera dotar a cada escuela o facultad del equipo necesario.

*Categoría 10. Investigación.* A lo largo de los foros de consulta, se insistió, en la necesidad de poner especial atención en los recursos humanos y en el equipo con el que se contaba, en la realización de estudios que permitieran conocer las características del público y

para poder definir mejores horarios, además de evaluar los aspectos técnicos, didácticos y estéticos.

*Categoría 11. Evaluación de la producción.* Se refiere a elementos similares a la anterior.

*Categoría 12. Propuestas de programas de televisión específicos.* Algunas dependencias solicitaron espacios para sus propios programas, por lo que se propusieron series sobre ciencia, tecnología, arte, deporte, historia, orientación vocacional, etc.

Los resultados de la consulta que se evaluaron y organizaron en los meses de mayo y junio, dieron como resultado el documento titulado Proyecto 60, Programa Universitario de Televisión, aprobado por la Comisión del Colegio de Directores.

Debido a todas las críticas y sugerencias que se originaron de la consulta sobre el Proyecto 60, las autoridades universitarias optaron por adoptar la improvisación de varios programas en vivo con una nueva modalidad: la existencia de un teléfono en el estudio para que el público estuviera en contacto con los exponentes para aclarar dudas, hacer comentarios o consultar algo en específico.

Se consideraba que de esta manera la sociedad estaría vinculada con la Universidad, la cual podría cubrir mejor sus deseos de información y brindar un mejor servicio si se contaba con la opinión directa de su público.

Los primeros datos que se encontraron sobre este hecho, se hallaron en la serie **La hora fiscal** de la Facultad de Contaduría y Administración, transmitido a partir de enero de 1984. A diferencia de los programas de **Divulgación de Temas y Tópicos Universitarios**, **La hora**

fiscal había sido creada en base a las necesidades del público expuestas en una investigación previa.

Así para el mes de julio, el canal 8 se engalanaba con la transmisión de la nueva programación constituida por las series **Universidad y Entorno Social**, y **Divulgación de Temas y Tópicos Universitarios**, participando en ella, la Facultad de Medicina, Psicología, Derecho, y la Dirección Vocacional de Orientación Vocacional.

Según las propias palabras de los titulares de las dependencias que participaban en la serie, la nueva programación representaba el espíritu de la Reforma Universitaria impulsada por el rector Octavio Rivero Serrano.

Al día siguiente de haberse emitido el primer programa de **Universidad y Entorno Social**, el Dr. Jorge Hernández y Hernández mencionó que la nueva barra televisiva representaba un esfuerzo para renovar la imagen de la televisión universitaria, declarando que esa nueva programación había “tenido gran aceptación en el público televidente.

También mencionó que se incluirían temas multidisciplinarios y de extensión cultural y académica.<sup>45</sup>

Según lo anterior, puede apreciarse que la Dirección General de Comunicación Universitaria, no tenía gran interés por modificar radicalmente la televisión de la UNAM, ya que Hernández y Hernández pretendía lanzar la octava fase de **Introducción a la Universidad** y pensaba en retransmitir los mejores programas que la UNAM había producido.<sup>46</sup>

Para agosto, la Secretaría de la Rectoría presentó la serie **Psicología de la mujer mexicana**, a cargo de la Facultad de Psicología, en el cual se combinaba la mesa redonda en el

---

<sup>45</sup> “Reunión de coordinadores de televisión universitaria”, Gaceta UNAM, 25 de julio de 1984, pág.5

<sup>46</sup> *Ibid.*

estudio de televisión con videotapes en entrevistas hechas en la calle. Por algunas circunstancias que incomodaron a Televisa, el programa salió del aire<sup>47</sup>, y sin embargo, las relaciones con el monopolio continuaron bajo el mismo lineamiento.

#### **4.3 PROGRAMA UNIVERSITARIO DE TELEVISIÓN (PROYECTO 60).**

Dos meses después, el primero de octubre de 1984, la Gaceta UNAM, publicó un artículo referente a la implantación del Proyecto 60, Programa Universitario de Televisión. Su estructura no fue del todo clara, estaba en desorden, y algunos de sus puntos, subdivididos sin lógica alguna, esto se debió a que se respetó el documento que había sido aprobado en el mes de junio.

Este último había sido dividido en: Antecedentes, Objetivo General, Objetivos Específicos, Actividades Previas, Proceso de Consulta, Actividades de Gabinete, Resultados de la Consulta e Implantación.

En la versión final, se eliminaron las Actividades Previas, el Proceso de Consulta, las Actividades de Gabinete, y se agregaron, Desarrollo del Proyecto, Beneficios para la Comunidad, Mecanismos de Evaluación y Relación de este Proyecto con otros de la Reforma Universitaria.

De acuerdo al documento final, el objetivo general del Programa Universitario de Televisión fue: “Crear un sistema de televisión que utilice este medio como mecanismo de

---

<sup>47</sup> Ibarra, María Esther, “Televisa le impone criterios y malos tratos a la UNAM y el rector lo acepta”, Proceso, núm. 410, 10 de septiembre de 1984, pág. 6-7

apoyo a las tareas substanciales de la Universidad, con la producción de programas para uso en circuito cerrado y para emisión por canal abierto”.<sup>48</sup>

Como se puede apreciar, esta primera división se refería a la necesidad de definir ciertos lineamientos que fijaran el uso, el aprovechamiento y conservación de todo lo que integrara y formara parte de la televisión universitaria, a fin de que esta fuera una valiosa herramienta para la enseñanza.<sup>49</sup>

Los objetivos específicos del programa se dividían en aspectos normativos y aspectos operativos. En los aspectos operativos se hizo referencia a lo técnico y humano, en su afán de reforzarlo, mejorarlo, y en establecer relaciones de apoyo mutuo con otras instancias de educación media, superior.<sup>50</sup>

En cuanto a la Implantación del Proyecto, se establecieron once acciones que darían marcha al Programa Universitario de Televisión. Entre estas destaca la siguiente: “Crear un organismo que se denominara **TV UNAM** que coordine las tareas de producir, programar y difundir materiales televisivos, investigar sobre técnicas y resultados de la televisión universitaria y formar recursos humanos en esta materia. Este organismo se integrará con los recursos de la Dirección de Divulgación Universitaria y el Centro Universitario de Producción de Recursos Audiovisuales.”<sup>51</sup>

Para la creación del organismo coordinador TV UNAM, se indicaba que las acciones se iniciarían en octubre de 1984.

---

<sup>48</sup> “Programa Universitario de Televisión”, Gaceta UNAM, 1º de octubre de 1984, pág. 2-4

<sup>49</sup> Ibid.

<sup>50</sup> Ibid.

<sup>51</sup> Ibid.

La responsabilidad de la implantación del proyecto se concentró, primeramente, en la Dirección General de Comunicación Universitaria y en menor grado, en la Dirección de Divulgación Universitaria, así como en el CUPRA o CISE. En cuanto a la Comisión del Colegio de Directores, quedaron prácticamente, fuera de toda responsabilidad, sin participación alguna en la toma de decisiones, por lo que se les asignó simple y sencillamente, la tarea de estar a cargo del material videograbado, pudiendo aprovechar todos sus conocimientos en diversas acciones de la televisión universitaria.

En relación con el documento original y con el que se acaba de describir, existe una clara apreciación de que algunos de los cambios son intrascendentes, podría afirmarse, que tan sólo se trataba de una simple variación en la redacción, pero otros, como los objetivos, generales y específicos, a sí como los mecanismos de implantación, sufrieron una transformación total, debido a que se antepusieron los intereses de la Secretaría de la Rectoría y de la Dirección General de Comunicación Universitaria. Por tal razón, se fijaron los puntos de vista de estos últimos, desplazando arbitrariamente a la Comisión del Colegio de Directores.

Además, en lugar de analizar el enfoque que se le había dado a la televisión universitaria, donde prevalecía un total desinterés por conocer la opinión de su comunidad y adaptar la programación a sus deseos y necesidades, se eliminó todo aquello que pudiera permitir la intervención o participación de la misma en la toma de decisiones, concretándose a apoyar la centralización existente por parte de la Secretaría de la Rectoría y de la Dirección General de Comunicaciones Universitaria.

También fueron eliminados aspectos como opiniones y sugerencias de los universitarios, que pretendía se incluyeran en el programa, se pasó por alto la necesidad de fijar políticas

referentes al establecimiento de instancias representativas de la comunidad, se omitió el párrafo referente a la necesidad de apoyar a la televisión que se realizaba en otras dependencias, así como las líneas alusivas al pago justo y equitativo de los salarios del personal técnico y creativo que intervenían en la producción.

Cabe mencionar, que el Programa Universitario de Televisión jamás se llevó a la práctica efectiva, inclusive, los planteamientos del programa fueron reconsiderados en el Plan Rector de Desarrollo, el cual salió en el mes de noviembre, que no fue otra cosa más que la exposición de varios puntos de vista de la Coordinación de Extensión Universitaria en contra de la Secretaría de la Rectoría y de la Dirección General de Comunicación Universitaria, el cual se componía de dos partes: la primera, daba un enfoque analítico-histórico de la Universidad y su entorno; la segunda, detallaba las acciones en curso de los programas.

Los puntos de vista que se expusieron en este plan acerca de la televisión, tuvieron dos efectos; por un lado, enriquecieron el Programa Universitario de Televisión, y por el otro, se omitieron algunos aspectos que eran resultado directo de las demandas hechas por la comunidad universitaria en las consultas.

Con el Plan Rector de Desarrollo Institucional daba fin la gestión del rector Octavio Rivero Serrano dejando libre el camino para el Dr. Jorge Carpizo (1985-1989). Mientras tanto, diversos grupos sociales continuaban luchando por crear un modelo de televisión universitaria desde sus diferentes perspectivas.

Durante su periodo, se decidió la fusión de CUPRA con la Dirección General Divulgación Universitaria, originándose la Dirección General de Televisión Universitaria.<sup>52</sup>

---

<sup>52</sup> Reporte de la Dirección General de Televisión Universitaria, 1993-1996

Poco tiempo después, con el propósito de controlar los medios de información universitaria, se crea la Coordinación de la Comunicación Universitaria, de la que TV UNAM formó parte junto con Radio UNAM, la Dirección General de Información y Gaceta UNAM.

En mayo de 1988, se inauguraron las actuales instalaciones de TV UNAM. El proyecto original constaba de tres edificios y fue concebido para albergar un canal de televisión con salida al aire. Actualmente la Dirección General de Televisión Universitaria está ubicada en el edificio que se había destinado a la producción.

Un año más tarde, el rector José Sarukhan Kermez (1989-1993), sucesor de Carpizo, convierte a la Coordinación de Comunicación Universitaria en la Coordinación de Difusión Cultural, con la función de difundir el conocimiento y la cultura.

TV UNAM no sólo heredó personal y equipo de DIDACTA, CUPRA, y la Dirección de Divulgación Universitaria, sino también la tendencia a desarrollar actividades que cada una de estas dependencias realizó en diferentes periodos.

Posteriormente, en lo que va de la década de los '90, TV UNAM tuvo que hacer un reajuste en sus objetivos y en sus programas de trabajo, dando cabida a la satisfacción de las necesidades expresadas por la comunidad universitaria en el campo de televisión.

Tanto los objetivos como los programas, tuvieron que adaptarse; por un lado, a lo que la Universidad había estado requiriendo durante un largo periodo de tiempo, y por el otro, a los continuos cambios de la televisión.

Por lo anterior, la UNAM necesitaba fortalecerse integralmente en aspectos tales como: lo académico, el cual necesita de la interrelación de los diferentes sistemas, disciplinas y

dependencias; lo económico, que presentaba la urgencia de obtener ingresos extraordinarios; y lo social, al reconocer lo indispensable de la relación de la Universidad con la sociedad.

Con esto, se buscaba regenerar la imagen de la Universidad ante la opinión pública, la cual había sido considerada, por los medios de comunicación, como desfavorable y negativa, al presentar sus carencias, sus denuncias e insatisfacciones tanto internas como externas.

TV UNAM había contribuido a oscurecer los talentos y las áreas de excelencia de nuestra Máxima Casa de Estudios.

Por otra parte, la televisión mexicana a atravesado por un periodo de cambios importantes, destacándose la desaparición de la televisión estatal y, por consiguiente, del espacio de TV UNAM en lo que se conoció como IMEVISIÓN, actualmente, debe de ajustarse a los tiempos correspondientes en las televisoras privadas.

El surgimiento de la competencia implicó una transformación en el contenido de la programación, obteniéndose una nueva apreciación de los programas producto de la oferta de imágenes, y por consecuencia, una renovación social del concepto de televisión.

Los cambios, tanto de la UNAM como de la televisión mexicana, tendrían que dar como resultado la precisión en los objetivos de TV UNAM.

Esto se ha podido percibir en el trayecto de los años, ya que durante el periodo que comprendió de 1989 a 1992, los objetivos específicos sumaron una cantidad de 24.

Para el periodo que comprendió de 1993 a 1996, el objetivo general fue: “Vincular a la comunidad universitaria entre sí y a esta con comunidad nacional, a través de la televisión y el video como brazos de extensión del conocimiento y la expresión artística que genera la Universidad”.

En cuanto a los objetivos específicos, de 24 se redujeron a 4, con sus respectivos incisos:

1. A través de canales abiertos y sistemas de cable, lograr una presencia directa y eficaz de la Universidad en los hogares de los universitarios y de los mexicanos en general.
2. Establecer una comunicación fluida y permanente con las dependencias universitarias.
3. Incrementar substancialmente los recursos económicos extraordinarios a través de coproducciones, venta de servicios y material televisivo, así como por medio de patrocinios y donaciones.
4. Atención al personal de la dependencia.<sup>53</sup>

La fijación de los 24 objetivos, resultó un tanto irrisorio, ya que carecían de toda coherencia y lógica, además no cumplían con una de las necesidades más apremiantes de la Universidad como lo fue: la racionalización del gasto y la generación de recursos extraordinarios, aspectos que se pueden apreciar en los últimos.

Cabe señalar, que TV UNAM encuentra su mayor fuerza en la potencialidad de su producción, su amplia experiencia, y su evidente creatividad, pero para que todo esto surja, se requiere de una estrecha y fluida comunicación con lo que compone el área administrativa.

Por otro lado, TV UNAM, en estos últimos años, ha estado integrada por más de 200 empleados, más el personal eventual según lo requiera la producción. En cuanto a su equipo, poco a poco se ha ido incrementando, mejorando y/o actualizando de acuerdo a los adelantos tecnológicos y a las necesidades, tanto internas como externas.

---

<sup>53</sup> Ibid.

En cuanto a su programación, hasta el día de hoy, ha dependido de los canales transmisores, la razón puede fluctuar entre la necesidad de que estos cubran sus espacios o por las negociaciones que se han logrado concertar con la UNAM.

También TV UNAM ha transmitido sus programas, al igual que CONACYT y otras instituciones, a través de los tiempo de RTC, bajo el inconveniente de que las transmisiones son reconocidas por el nombre de "Especiales de RTC", omitiéndose el nombre de la productora.

Fue por esta razón, que a partir del año de 1993, la administración determinó plantear una política de transmisión que surgiera de las posibilidades reales de producción y comercialización de los programas de TV UNAM, por lo que era necesario distinguir entre producir para transmitir, y producir para comercializar.

En ese mismo año, se presentó la oportunidad de negociar tanto con canales abiertos como con cable, la venta de programas y cápsulas con horarios adecuados, lo que significó ingresos extraordinarios para la dependencia:

Además, de la renta de los estudios, los servicios de copiado, la venta de programas, la realización de promocionales y videos para empresas públicas y privadas, y la venta de noticias sobre ciencia.

Su programación ha sido transmitida a través de: RTC (Barras Prisma Universitario y Con-Ciencia), Televisión Azteca (Noticiero Presencia Universitaria), Televisa (Deportemas y Filmoteca de la UNAM), Televisión por cable (OFUNAM, Sinfónica de Minería, Barras especiales de TV UNAM), TV Mexiquense (Programación Miscelánea), TV Jalisciense (Programación miscelánea), UTE (Programación miscelánea), Vía Satélite (Programa Calidad

de Vida), CEMESATEL (Centro Mexicano de Educación en Salud por Televisión), Canal 22 (Lo mejor de TV UNAM).<sup>54</sup>

Para 1994 y hasta 1996, la producción universitaria estaba enfocada a cumplir con el objetivo general de “vincular a la comunidad universitaria entre sí y a esta con la sociedad”, bajo la realización y la difusión de videos y programas de televisión que mostraran el conocimiento y las actividades emanadas de los campos artístico, científico y cultural.

Con el propósito de definir la producción anual se formó un Comité de Evaluación conformado por especialistas en video y televisión, tanto internos como externos, cuya función era la de “revisar las producciones que instituciones universitarias, organismos públicos, investigadores y trabajadores de los medios de comunicación” proponían a TV UNAM, por lo que la dependencia optó por otorgarle mayor prioridad al campo científico, tecnológico y humanístico; posteriormente, se encontraba, el arte y la cultura; algunas cápsulas y promocionales, y por último, la ficción.

También TV UNAM comenzó a relacionarse a través de coproducciones, con escuelas, institutos y dependencias universitarias con la finalidad de “identificar sus necesidades de difusión y ubicar su potencialidad como receptores de transmisiones vía satélite que ofrecen universidades e instituciones dentro y fuera del país.

Pero, todo esto no fue fácil, TV UNAM se vio en la necesidad de buscar financiamientos que le permitieran sostener tanto sus gastos como aquellos proyectos, que por sus características de producción, no pudieran ser solventados por el presupuesto, por lo que hubo propuestas de coproducciones a empresas públicas y privadas, asociaciones civiles y

---

<sup>54</sup> Ibid.

organismos gubernamentales para la realización de videos y programas, siempre basados en los objetivos generales de la televisión universitaria, y precisamente, pensando en estos, fue como se realizaron diversas actividades, destacando las negociaciones con Televisión Azteca, Televisa y el canal 22.

TV UNAM ha sido objeto de infinidad de criticas que han puesto en entredicho no sólo a la televisión en sí, sino a la propia Universidad, y si bien, se han cometido errores, también se han realizado esfuerzos dignos de reconocerse y de mencionarse.

Desde 1990 hasta 1997, la Dirección General de Televisión Universitaria ha continuado con algunas producciones y ha creado otras, destacándose:

“Presencia Universitaria, Consultorio Fiscal, Academia Médica, Autoconstrucción, Los que hacen el arte, Tiempo de Filmoteca, Deportemas UNAM, Prisma Universitaria, Conciencia, Generaciones, Espacio UNAM (Ecología), Programa Especial El Eclipse, Calidad de Vida, Seminario Regional Latinoamericano Universidad, Telecomunicaciones y Sociedad, Entrega de Premios de la II Bial de Video México/92, Teleconferencias con la embajada de Estados Unidos en México, Programa de Apoyo a la Enseñanza Media Superior de la UNAM, Cápsulas para el Programa Universitario del Medio Ambiente (PUMA), Video Clip de Vendedores Ambulantes, Conciertos Ofunam, Cultura en Movimiento, Ciencia Hoy, Cartelera Cultural, Suplemento Universitario, Videodanza, En lo que dan las 7, Maestros Universitarios, Chiapas, paisaje después de la batalla, Sexto Sol, Muestra de Video y TV, Consejo Universitario, Estoy sano, estoy bien, Condiciones Laborales, Cosechando el Sol, Cómo bailar danzón, Dos décadas de reflexión histórica, El viaje fantástico, Ecos y murmullos, Dulcemente impuro y mortal, El Popocatépetl, la montaña que humea, Contra el SIDA, En contraste,

Coloquio sobre la violencia, La vida es sueño, Ser joven, Más allá de las estrellas<sup>55</sup>, entre otros más.

Además, con la finalidad de contribuir a la superación y capacitación del personal de la dependencia, trabajadores universitarios (en general), y participantes de distintas productoras y televisoras del país, se han llevado a cabo, año con año, talleres, cursos, y exposiciones, donde se tratan diversos temas que permiten la formación y actualización de los mismos.

Asimismo, la Dirección General de TV UNAM ha realizado convenios con:

“La Universidad de la Habana y con el Instituto Cubano de Radio y Televisión, Hospital Infantil de México Federico Gómez, la Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología, Instituto Francés de Investigación Científica, la Universidad y el gobierno de Baja California Sur, el Instituto de Investigaciones Estéticas de la UNAM, EL Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, el Departamento del Distrito Federal, Sistema Nacional para la Cultura y las Artes, el Departamento del Distrito Federal, Sistema Nacional de Radio y Televisión Cultural de Costa Rica y Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, Centro Mexicano de Educación en Salud por Televisión (MESATEL), con las universidades integrantes de la Red Universitaria de Televisión y Vídeo del interior de la República con 22 televisoras regionales, Facultades y dependencias de la UNAM interesadas en colaborar con el canal de Televisión Educativa Iberoamericana, Centro de Investigaciones y Servicios Educativos (CISE), la Coordinación del Sistema de Universidad Abierta (SUA), la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico (DGSCA), Las Facultades de Contaduría y Administración, Ingeniería, Medicina y Arquitectura, el Centro Universitario de Comunicación de la Ciencia, la empresa

---

<sup>55</sup> Dirección General de Televisión Universitaria, *Memoria de 1989 a 1997*

editorial SIRIUS S.A. de España, Sistema Jalisciense de Radio, Cine y Televisión, Televisión Mexicana, Canal 22, Coordinación de Cine, Radio y Televisión Mexiquense, Canal 11, Teletres de Toluca, Radio Televisión de Guanajuato, gobierno de Baja California Norte, Instituto Nacional de Astrofísica, Óptica y Electrónica, Sistema Morelense de Radio y Televisión, Empresa Farmacéutica Internacional GLAXO, Empresa Granite de Gran Bretaña, Empresa HITN de Nueva York, Fundación de Asistencia Privada "Conde de Valenciana", Compañía Calacas y Palomas, S.A.; con la Dirección General de Patrimonio Universitario, Universidad Pedagógica Nacional, Instituto Mexicano de Cinematografía, Secretaría del Medio Ambiente, Recursos Hidráulicos y Pesca; Empresa Welcome-México, con el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), Televisión Metropolitana, S.A., Instituto Nacional de Administración Pública, la Corporación de Noticias e Información, S.A. (Canal 40), la Secretaría de Educación Pública (SEP), Universidad Autónoma del estado de Morelos, Comisión de Derechos Humanos del D.F., Instituto Federal Electoral,..."<sup>56</sup>

De acuerdo a lo anterior, TV UNAM es una dependencia que a lo largo de varios años, ha trabajado incansablemente, con errores y aciertos se ha extendido no sólo en la misma Universidad, el propio país, sino más allá de las fronteras, ganando premios, reconocimientos y menciones honoríficas a su ardua labor. Desafortunadamente, TV UNAM ha carecido del impulso, el apoyo y la motivación de las autoridades gubernamentales, que no han hecho más que coartar y limitar su desarrollo ante la negativa de proporcionar un canal propio digno de lo que ha sido y será la Máxima Casa de Estudios del país, la UNAM.

---

<sup>56</sup> Ibid.

## **CAPÍTULO 5. LA FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN Y LA UNIDAD DE MÉTODOS AUDIOVISUALES**

### **5.1 HISTORIA DE LA FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.**

Muchos han sido los esfuerzos que se han tenido que hacer para lograr “edificar” lo que hoy se conoce como la Facultad de Contaduría y Administración. El hablar de construir no se refiere única y exclusivamente al aspecto físico que caracteriza a la FCA, sino también, al lado interno y sustancial que la compone, esto es, la calidad de su enseñanza.

Año con año, una gran cantidad de jóvenes entusiastas son egresados de esta facultad, de donde obtuvieron valiosos conocimientos que ayudarán en gran medida al fortalecimiento y enriquecimiento de la vida comercial que circunda en toda sociedad.

Por lo anterior, es necesario conocer un poco de lo que fue y ha sido la Facultad de Contaduría y Administración desde sus inicios.

En 1929, año en que la Universidad Nacional Autónoma de México declaraba su autonomía, se funda la Facultad, bajo el nombre de Escuela Nacional de Comercio y Administración. Ubicada originalmente en las Calles de Humboldt

Las primeras carreras cortas que se establecieron fueron las de: Experto en Contabilidad Pública, Funcionario de Banco y Funcionario Industrial; y la profesional de Ingeniería Comercial (entendido éste como creador de empresas y organizador científico). Poco tiempo

después estas carreras desaparecieron quedando únicamente la carrera de Contador Público Titulado.(C.P.T).

A partir de este año y hasta 1945, la escuela ocupó las siguientes instalaciones: Donceles; Humboldt; Lic. Verdad Núm. 1, esquina con República de Guatemala; Lic. Verdad Núm. 3; Preparatoria San Idelfonso (Patio Chico); ex cuartel de Zapadores (San Idelfonso); anexo a la Escuela Nacional de Derecho y Ciencias Sociales; y en la Calle de Bolívar No. 51, centro.

El 10. de diciembre de 1945 se compró la casa de Liverpool 66, colonia Juárez, donde se instaló parte de la Escuela. Actualmente en este lugar esta instalada la División de Educación Continua (DEC) de la Facultad, la cual cuenta con las áreas de Actualización Profesional, Actualización Empresarial, Proyectos Especiales y Diplomados.

Años más tarde, en 1953, se inauguró Ciudad Universitaria y el 24 de Marzo de 1954 la Escuela Nacional de Comercio ocupa su lugar en C.U., ubicándose en el ala de humanidades.

El 25 de noviembre de ese mismo año, el Consejo Técnico de la Facultad aprueba la proposición de la dirección de suprimir la carrera de Auxiliar de Contabilidad. Esto como resultado de haberse dispuesto el cursar el bachillerato de preparatoria como requisito de ingreso.

Para 1955, se iniciaron una serie de estudios que culminaron en el proyecto de crear una nueva carrera dentro de la Universidad a la cual se denominó Licenciatura en Administración de Empresas. El Consejo Universitario aprobó este proyecto el 5 de Enero de 1957, que es la fecha en que nace esta nueva licenciatura, que se designa como Licenciado en Administración de Empresas (L.A.E.).

Dos años más tarde, en abril de 1959, se constituyó la Asociación de Facultades y Escuelas de Contabilidad, Comercio y Administración, de la República Mexicana (A.F.E.C.C.A.R.M.).

Algunos años después, en junio de 1965, la Escuela paso a ser Facultad, al crearse la División de Estudios Superiores.

En 1966, se aprobaron los planes de estudios para Contaduría Pública y la Licenciatura en Administración de empresas (10 semestres).

En febrero de 1969, la Facultad ocupó el actual edificio, cuya obra tuvo un costo aproximado de 15 millones de pesos. Este edificio se proyectó para una población de 10,000 alumnos para las licenciaturas de contaduría y de administración, así como para los estudios superiores de maestría. Un año más tarde se reestructuraron los planes de estudio en la Facultad.

En marzo de 1972 se inició la formación del un centro de proceso de datos para la Facultad (CIFCA), además, se aprobó la creación del Sistema de Universidad Abierta. Y en agosto de este mismo año, cambia la denominación de A.F.E.C.C.A.R.M. por Asociación de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (A.N.F.E.C.A).

En 1973, se modificó la designación de las carreras que se imparten en la Facultad, la de Contador Público por Licenciado en Contaduría y la de Licenciado en Administración de Empresas por Licenciado en Administración. Asimismo, se le asignó el nombre de Facultad de Contaduría y Administración.

En enero de 1974 se iniciaron tanto las actividades del centro de investigación, el cual había sido creado en junio de 1971, como las del Sistema de Universidad Abierta; y en junio, comenzó a funcionar la biblioteca, con un acervo de 23,790 libros.

Para 1975, se inauguró el edificio de la División de Estudios Superiores. Se aprobaron los planes de estudios de licenciatura correspondientes a ese año. Y en julio, se adquirió la primera computadora para el Centro de Informática.

Dos años más tarde, 1977, el Consejo Universitario aprobó la iniciación del Doctorado en Administración, la Maestría en Administración con formación en investigación y docencia, así como la Maestría en Administración de la atención de hospitales. En Noviembre de 1980, se iniciaron los cursos de la Maestría en Contaduría.

Para el año de 1984, se iniciaron las especialidades académicas en materias de: administración de personal, fiscal, administración de instituciones de enseñanza media superior y superior, finanzas, empresas hoteleras y gastronómicas, contraloría pública, mercadotecnia, comercio exterior, administración de la producción e informática.

Además, se aprobaron los planes de estudios para las Licenciaturas en Contaduría y Administración y se estableció la Licenciatura en Informática.

En este mismo año, se creó el boletín "Bitácora: La vida diaria de la Facultad de Contaduría y Administración."

Un año más tarde, se creó la opción de seminario de áreas básicas para titulación, y se construyó la nueva biblioteca, además, entran en vigor los Planes de Estudios 85 y la Licenciatura en Informática.

En 1986, se inauguró la nueva Biblioteca de la Facultad de Contaduría y Administración con una asistencia de 2000 usuarios por día.

Para 1987, se comienza la construcción del nuevo Edificio de la División de Estudios de Posgrado, siendo inaugurado el 29 de septiembre de 1988. Cabe señalar, que esta División ha propiciado la vinculación con otros organismos de educación superior como es la FES. Cuautitlán, la Universidad Autónoma del estado de Hidalgo y la Universidad Autónoma del estado de Morelos.

Dos años después se inauguró la Biblioteca del Sistema de Universidad Abierta. Durante este, se comenzó la actualización de los planes de estudios 85 de las Licenciaturas en Contaduría, Administración e Informática, también se crea el boletín informativo "Acontecer" que sustituye al de "Bitácora".

En 1991, entran en vigor los planes de estudios 91 actualizados para generaciones 1989 y subsecuentes. En agosto de este año, se inauguró el Aula Magna de Profesores Eméritos, que representa un homenaje a los C.P. s Roberto Casas Alatríste (q.e.p.d.), Wilfrido Castillos Miranda, Alfonso Ochoa Ravizé, Arturo Elizundía Charles y Manuel Reza García (profesores eméritos de la FCA).

Un año más tarde, se inauguraron tres redes Novel Netware instaladas en el laboratorio 1 (p.b. del edificio de la biblioteca) y en las salas A, B y C del edificio de posgrado.

En 1993, entran en vigor los planes de estudios correspondientes a este año para las tres licenciaturas que se imparten en la Facultad, además se comienza la construcción de la biblioteca para la División de Estudios de Posgrado.

Durante este mismo año, las tres salas de audiovisuales ubicadas en la planta baja del edificio de la biblioteca, fueron remodeladas con el propósito de instalar tres laboratorios más de computadoras personales.

Para septiembre de 1994, el pleno del Consejo General de Estudios de Posgrado y la Comisión de Trabajo Académico, aprobaron 16 planes y programas de estudio que correspondieron a especializaciones y maestrías. Sólo restaba la autorización del Consejo Universitario, la cual se logró obtener el 8 de diciembre del mismo año.

También se estableció contacto con CONACYT y otras instituciones para utilizar los apoyos ofrecidos y se instaló la conexión a la red UNAM, INTERNET, e INFOTEC.

Por otro lado, la Facultad ha producido y distribuido cinco publicaciones periódicas: Consultorio Fiscal (quincenal), Gaceta FCA (mensual), Noti-Anfec (bimestral), Emprendedores (bimestral), y Contaduría-Administración que se suspendió en marzo de 1993 y se reanudó en enero de 1995.

En materia de Telecomunicaciones se puso en marcha la Red Interna de la FCA, se instaló la última versión del Sistema Operativo HPUX versión 9.5 al equipo HP/9000/730. Asimismo, se instaló la última versión del Oracle versión 7 y se llevó a cabo la instalación de correo electrónico Pine, Pico al equipo Hewlett Packard Apollo 9000/730.

A través de la División de Licenciatura en Informática, se hicieron importantes adquisiciones de equipos de cómputo, se instaló el "Hospital de Discos" en donde se vacunan los disquetes para evitar que los equipos de la FCA sean infectados con virus informáticos.

Asimismo, la Facultad participó en el Programa de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa de la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación.

Una labor de gran trascendencia para las licenciaturas que actualmente se imparten fue la actualización de los programas del plan de estudios 1993, sin modificar el plan en sí.

En cuanto a la División de Educación Continua, en el periodo de noviembre del 94 a octubre del 95 se impartieron 446 Seminarios, 134 en el área de Actualización Profesional y 104 en Vinculación Empresarial, también se impartieron 208 Módulos de Diplomado; 42 del Departamento de Proyectos Institucionales y 166 Diplomados.

En el transcurso de este periodo, se seguía trabajando en la ampliación de los medios de difusión de los cursos impartidos por esta división, por lo que se abrió en el edificio de Liverpool una librería que empezó a funcionar en agosto de 1995.

Durante este mismo año se le dio gran impulso a la investigación debido a que se creó la División de Investigación de Contaduría, Administración e Informática (DICAL) en donde la principal preocupación fue el fortalecimiento del capital humano.

También se reanuda la edición de la revista "Contaduría y Administración", en ella se presentaron trabajos efectuados por los integrantes de esta División, siendo estos investigaciones inéditas, artículos sobre temas de interés, reseñas de libros de actualidad y diversos trabajos especializados.

Además, se continuó fortaleciendo el desarrollo de relaciones con organismos profesionales, tales como el Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C.; Colegio de Contadores Públicos de México, A.C.; Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas, Colegio Nacional de Licenciados en Administración y con el Instituto Mexicano de Auditores Internos.

Por su parte ANFECA ha realizado acciones que han permitido planear, coordinar y controlar las actividades programadas en esta asociación, entre las cuales cabe destacar la

creación del Consejo de Acreditación de la Enseñanza en Contaduría y Administración (CACECA), donde se estableció que la responsable para la acreditación de las profesiones sería la ANFECA, autorizada por la Dirección General de Profesiones.

Un año más tarde, 1996, con el propósito de ubicar a la División de Informática, se remodeló el edificio E en el que se instalaron cuatro salas de cómputo para uso de los alumnos y una sala adicional para uso exclusivo de los profesores.

Algo muy importante que se originó durante este año fue la realización del registro legal del logotipo de nuestra Facultad "YIACATECUTLI".

Además se realizaron diversas actividades, entre las que destacaron: asistencia al Comité de Educación de la Asociación Interamericana de Contabilidad, siendo la Facultad la representante de México; en Lima Perú; en la Universidad de Lima, se participó en un seminario regional interamericano sobre el tema de "Reingeniería y Gestión Empresarial"; en la Convención Internacional de "Informática 96", organizada por la Universidad de la Habana en Cuba, tuvo presencia la Facultad; así como en la reunión anual de la American Assembly of Collegiate Schools of Business de los Angeles, California; y se participó en la reunión mundial de Directores de Administración, representando a las Universidades de América Latina, convocada por The Academy of Business Administration en Atenas, Grecia.

Así mismo se asistió al congreso Latinoamericano de Administración, Avances '96, que organizó la CLADEA en Santiago de Chile. También se hizo acto de presencia y se participó en Calgary, Canadá; en la reunión del Consorcio de Universidades Chilenas y Canadienses, con la finalidad de integrar a México en este organismo.

La Facultad mantiene vínculos académicos con la unión de Universidades de América Latina, con la Universidad de San Antonio Texas, con la Asociación de Escuelas de Negocios de Canadá, con la American Assembly of Collegiate Schools of Business, con la Universidad de Calgary, con la Universidad de St Mary's en Halifax, con la Universidad de Victoria , con la Universidad de Quebec, con la Asociación Interamericana de Contabilidad, con la American Accounting Association, con la Asociación Latinoamericana de Facultades y Escuelas de Contaduría y con el Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración.

También ha continuado colaborando con el Centro Nacional de Valuación para la Educación Superior (CENEVAL), participando en las reuniones del Consejo Técnico de los exámenes generales de calidad profesional para Contaduría y Administración.

Por último, es importante señalar que en los últimos años la Facultad ha tenido diversos cambios con el propósito de mejorar sus servicios, entre los que destacan: el traslado de la División de Investigación al edificio de la Biblioteca de Posgrado, el traslado de SUA al edificio F en el cual se remodeló el auditorio con el aporte muy significativo de los alumnos de la generación 96, CIFCA y la División Académica de Informática se trasladó al edificio E, donde se reestructuro toda la instalación que fue necesaria para lograr el buen funcionamiento tanto de computadoras, como de comunicación telefónica e instalación eléctrica.

## **5.2 LA UNIDAD DE MÉTODOS AUDIOVISUALES.**

La Unidad de Métodos Audiovisuales (UMA) se creó en el año de 1972, en la época del maestro José Antonio Fernández Arena. Su objetivo ha sido el de brindar apoyo a la Facultad tanto en el ámbito interno como en el externo.

Está integrada por un equipo de 21 personas, de las cuales 12 forman parte del personal de base, 6 pertenecen al personal académico y los 3 restantes al de confianza. Cabe mencionar, que la mayoría de los técnicos académicos tienen conocimiento en aspectos referentes a televisión.

La UMA surge como respuesta a ciertos factores que se presentaron durante los años de 1969 a 1974, entre estos destacan la masificación de la universidad y el pase automático, por lo que la Facultad, que en ese entonces estaba recibiendo de 800 a 1000 alumnos, tuvo que recibir 3000, y esto tan sólo de un año a otro, en la generación 69 entraron 800 y en la generación 70 entraron entre 2000 o 2500.

Debido a esto, tanto el personal docente como las aulas resultaron ser insuficientes para tal número de alumnos, por lo que se tuvieron que tomar medidas, y una de estas consistió en formar un departamento de apoyo principalmente para los maestros.

En un principio, se instaló equipo para transparencias y algunos proyectores de acetatos, y de cuerpos opacos.

El trabajo de apoyo que se le brindaba al maestro consistía en que mientras el hablaba una imagen lo respaldaba, ya sea con rotafolios, cartulinas, etc., todos esos efectos se hicieron dentro de la Facultad, estableciéndose un día para grabar a un número determinado de maestros.

Posteriormente se ve la necesidad futura de ir implementando nuevos métodos de apoyo similares a los de algunas universidades de Estados Unidos, donde ya se contaba con estudios de televisión para respaldar las clases a través de monitores; y sistemas de circuito cerrado, esto da la pauta para la planeación de ese futuro.

El apoyo que se proporcionaba se preparaba de la misma manera como ahora se hace en las videoconferencias, la diferencia está en que ahora se cuenta con computadoras cuyos paquetes como Power Point o Excel, facilitan las presentaciones al llegar con el disquete con transparencias o gráficas, o mediante el uso de cualquier paquete disponible.

Durante la década de los '70, la Universidad pasó por un momento muy difícil representado por una huelga muy importante, para entonces este departamento ya contaba con bastante equipo de televisión. Debido a dicha situación se hizo el convenio con Televisa de las series "Temas y Tópicos Universitarios" basada en el Plan de Estudios 75, "Administración para todos", y "Consultorio Fiscal".

Estas series fueron realizadas debido a la buena relación que había entre Televisa y la Facultad; cabe mencionar que esos convenios inicialmente fueron de esta, después se integraron algunas otras Facultades como química y veterinaria, por lo que se usaron espacios para que estas transmitieran sus clases por televisión, pero principalmente, fue la FCA quien firmó el convenio con la televisora en la época del maestro Reza.

Este convenio se basó en los siguientes lineamientos: la Facultad se comprometió a producir sus videos, Televisa por su parte debía de transmitirlos. Pero debido a que la huelga duró entre dos o tres meses, se comenzó a hacer los programas directamente en Televisa, pues en la Facultad se hacían los guiones, se adiestraban a los maestros para que se presentaran a una hora determinada y grabaran durante jornadas de 3 a 4 horas.

Esto originó que la Universidad perdiera los documentos originales, ya que se grabó, se clasificó y se copió, pero estos se quedaron en manos del entonces monopolio. La Facultad

recuperó vía televisión esos programas, es decir, los grababa en el momento de su transmisión.

Este problema no sólo se presentó en Contaduría sino también en Medicina y Psicología.

Del mismo modo, termina ese convenio, cambiando no sólo las autoridades de la Facultad sino también las políticas de Televisa, por lo que se acude a Imevisión. Con esta se logró un espacio muy importante a la 1:30 de la tarde donde se le dio continuidad a la serie conocida como “Consultorio Fiscal”, que se transmitió durante un periodo de 5 a 6 años.

Este era un programa en vivo, el público tenía la posibilidad de hacer preguntas, no al aire porque no era política de Imevisión tener un teléfono, pero sí mediante tarjetas, así los expositores daban cauce a sus inquietudes. En un principio se le había asignado media hora de duración, posteriormente, contó con una hora.

La UMA proporcionaba todos los apoyos que usaban los expositores, en ese tiempo no se podía integrar una computadora como un lámina como se hace ahora, ni tampoco se podía grabar en disquete , entonces se grababa en un casete y se llevaban los materiales de apoyo para que en su momento el director de cámara lo transmitiera.

Aunque el convenio fue principalmente con la Facultad, y a pesar de que la barra se transmitía tan sólo un día a la semana, el espacio en sí estaba dedicado a la UNAM, por lo que Veterinaria, Química, Medicina e Ingeniería, tenían reservado un día a la semana. Los costos de la escenografía se repartían entre las mismas.

“Consultorio Fiscal” terminó aproximadamente desde hace seis años, con la privatización de Imevisión, ya que a los dueños de TV Azteca no les ha interesado continuar con ese proyecto.

Por otro lado, en base al Plan 75, la UMA realizó un catálogo que más que tener un valor didáctico, tiene un valor histórico. Los programas están divididos en cuatro series:

La serie A, que contiene “Divulgación de Temas y Tópicos Universitarios”, que comprende todas las materias de las carreras de Contaduría y Administración. Para identificarse, se hizo uso de los números arábigos y de las letras “A” o “B” para saber si son de media hora y de la “U” si son de una hora.

La serie B, “Introducción a la Universidad”, es la serie que contiene programas detallados de algunos temas que por su complejidad es necesario dividir en varios capítulos. Aquí se utilizaron los números romanos y su duración es de media hora.

La serie C, “Programas Fílmicos de Apoyo”, es la serie que contiene documentales de diversas áreas de los campos administrativo y contable. Se identifican con la letra “E” seguidos de un número arábigo y cuya duración es variable.

Y por último, la serie D, “Pláticas Universitarias”, es la serie que contiene temas en el ámbito contable y administrativo. Se identifican con una “P” seguida de un número arábigo y su duración es de una hora.

Se cree que la finalidad de hacer un catálogo en base al Plan 75 fue debido a los tiempos difíciles por los que pasó la Universidad y por contar con un acervo que permitiera establecer clases extramuros en caso de un conflicto de larga duración, es decir, que las clases se dieran por televisión y en su casa los alumnos se mantuvieran al menos pendientes de lo que estaba pasando. Este fue el objetivo principal, después se quedó como apoyo a los estudiantes. Todavía en las universidades del interior se interesan por ese material.

Posteriormente, a principios de los '80, la UMA contempla la idea de construir un estudio de televisión dentro de la propia Facultad. Este no nació como un proyecto, sino como una necesidad de actualizarse en tecnología, y de ir expandiendo la influencia de la Facultad en todas las escuelas de Contaduría y Administración. Finalmente para 1982, el estudio es construido.

Puede decirse que entre el maestro Adam y el maestro Díaz Alonso edificaron el estudio más famoso y el más importante de la Universidad, a nivel facultad, ya que desde un principio contaba con su propia asesoría, y con el equipo necesario lo cual le dio la característica de ser un estudio muy bien “armado”, esto a pesar de que sus instalaciones fueron adaptadas, no creadas.

El objetivo principal de este estudio ha sido dar una buena imagen de la Facultad hacia el exterior y proporcionar apoyo a otras dependencias.

Tal es el caso de la Asociación de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA) que está dividida en siete zonas, cada una de las cuales tiene su propio plan de trabajo, pero se coordinan e intercambian puntos de vista entre sí para evaluar sus resultados.

Cada año, la ANFECA realiza su asamblea nacional a la cual asisten los directores de las escuelas y facultades afiliadas, y es aquí donde el estudio apoya a esta asociación. En la década de los '80, se llevaba todo el estudio a la ANFECA, en una palabra se “desarmaba”, esto con el propósito de apoyar los trabajos de todos los directores de las zonas que se presentaban a dar su informe.

Lo mismo, ha apoyado a expositores de la Facultad como a quienes no lo son. Durante el periodo del maestro Echenique, su informe estuvo respaldado por un video el cual fue realizado en la FCA, también se daba apoyo con cámaras, y asesoría personal.

Otro ejemplo de respaldo a las instituciones se tiene en los cursos de capacitación para Hacienda, los cuales podían ser grabados y en lugar de dar un curso para 10,000 personas, se podía abarcar un número mayor mediante la distribución de videos en diferentes partes del país.

En un tiempo, también se hacían videos para apoyo a la docencia, pero esto se dejó de hacer debido a que el estudio estuvo, durante aproximadamente dos años, en un proceso de remodelación.

El estudio se empezó a usar más en cuestiones de imagen, de guías institucionales acerca de la Facultad, de las carreras que se imparten, del posgrado, de las maestrías, etc., es decir, se hacen otro tipo de documentos, de programas para apoyo de ANFECA, de las demás dependencias, y para la División de Educación Continua

De esta manera, se llega a las empresas se les proyecta un video para que conozcan la Facultad, su estructura, los servicios que ofrece, la tecnología con la que cuenta, su plan de estudios, el personal que labora en ella, la forma de enseñanza, entre muchas otras cosas.

También se ha trabajado en la realización de videos de generaciones pasadas, alusivos al tiempo en que fueron parte integrante de la comunidad estudiantil.

En cuanto a los servicios que la UMA ofrece a los alumnos, está el área de préstamo de equipo, el de transparencias, el área de los audiovisuales, que ya los maestros cuentan con sus videos, sus películas que adaptan a sus programas, a sus planes de estudio y además, debido al

mecanismo que opera en los audiovisuales es posible conectar la computadora a los proyectores y hacer más dinámica e interesante las exposiciones de los maestros y alumnos.

Ahora bien, la UMA obtiene sus ingresos del presupuesto, pero no del presupuesto que rectoría le asigna a la Facultad, sino de los ingresos extraordinarios que de diferentes maneras genera la misma. Principalmente se obtienen a través de los seminarios de titulación, y por medio del posgrado. La Facultad es una escuela de negocios que hace, sin duda, grandes negocios.

Es de aquí, básicamente, donde han salido los recursos para este departamento, ya que no ha sido política de los directores “explotarlo” con fines de lucro, a pesar de que se han tenido propuestas, en diferente épocas, para alquilar el estudio de televisión, pero este no fue ni es el propósito de su construcción.

En el año de 1985, el maestro Echenique quiso mezclar el cómputo que estaba en el edificio F con el departamento de televisión, pero en ese momento no fue factible debido a que no había tecnología para hacerlo, la electrónica del cómputo era muy diferente a la electrónica de la televisión.

Primero se tenían que juntar internacionalmente, por lo que comienzan a salir los softwares más veloces más versátiles, y la necesidad de abatir los costos a nivel mundial. A principios de los '80, para que saliera una cámara portátil se necesitaba la ayuda del camarógrafo, su asistente, el que cargaba la grabadora, el asistente de la persona de la grabadora, el iluminador y el asistente de este, ahora sólo es el camarógrafo y el reportero.

Algunos años después, se hace posible esta conjugación entre ambos aparatos en la FCA. Durante la dirección del maestro Echenique, en el año de 1992, dentro de su plan se

considera la modernización de los audiovisuales y al momento de hacer esa planeación se ve ya la integración del cómputo y la televisión.

Por lo que se construye todo el edificio de informática, se diseñan mejores espacios y se aprovechan los recursos, se cambia toda la instalación eléctrica, y se empieza a ver diferentes tecnologías, provenientes principalmente de Estados Unidos y de Japón, para obtener compatibilidad.

Por esta misma razón, el equipo de trabajo que conforma la UMA ha asistido a importantes exposiciones con el propósito de aprender, y de consultar. Previamente se realiza un plan para determinar que equipo se quiere ver, esto permite tomar decisiones más certeras en la adquisición de tecnología, dentro de esta se encuentra la de cómputo, la cual debe ser compatible con la televisión.

Esto ha permitido que la Facultad tenga una enorme ventaja que consiste en tener la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico (DGSCA) y la televisión universitaria (TV UNAM) en pequeño, obedeciendo al mismo objetivo. Esto favorece la toma de decisiones adecuadas, pero también implica respeto en su ámbito de acción, sugerirse ideas, detectar las necesidades y buscar las soluciones más correctas a esas necesidades.

En cuanto a la adquisición de equipo, existen varios procedimientos que regulan esta actividad. En la época del maestro Adam, un grupo de personas, tanto internas como externas entre las que destacaron gente de la empresa Televisa, del gobierno, y profesores de la Facultad; se reunieron para formar lo que se conoce como el Consejo de Televisión, cuya función ha sido asesorar en cuestiones de adquisición de equipo.

Cabe mencionar que durante el periodo del maestro Ruiz de Chávez el Consejo nunca fue convocado. Cuando llega el periodo del maestro Echenique, la primera acción a realizar fue la de volver a formar un consejo, por lo que el entonces director decide invitar a gente externa que son egresados prominentes, gente nuevamente de Televisa, de Multivisión, y de TV UNAM.

Una vez hecho esto, se decidió la compra del equipo BETACAM, que hasta la fecha es la principal tecnología en todo el mundo, y a aunque se use la computadora para editar, la máquina que le manda la señal a esta es una BETACAM.

El consejo determina que esta bien o que esta mal, ofrece certeza en las decisiones y orienta en la elección de la mejor inversión, ya que la Facultad no gasta, sino invierte.

Al entrar en una dinámica de adquisiciones tan grande, donde se manejan grandes cantidades de dinero, el aval que brinda el Consejo ha ayudado a librar todos los trámites que esta actividad implica, debido a que ya no se tienen que hacer justificaciones ni demostraciones ante otras instancias ya que todo esto se ha presentado ante el Consejo de Televisión, esto significa que no es una persona como tal la que desea comprar, sino el Consejo de Televisión de la Facultad el que decide que es lo más adecuado tomando siempre en cuenta los objetivos establecidos.

Ahora bien, del equipo inicial no queda nada, sólo un par de monitores viejos. A lo largo de los años, se ha cambiado el formato, el primer equipo de televisión con el que se contó eran unas cámaras marca IBC (ya no existe), que para ser usadas se tenían que prender cuando menos dos horas antes, debido a que se tardaban todo este tiempo en calentarse y eran en blanco y negro, también las máquinas que grababan ya no existen.

Luego se cambió por otro equipo en blanco y negro, y uno en color, provenientes de Japón, este fue utilizado durante los años setenta, posteriormente se suplió por un equipo JVC en color, el cual se utilizó por varios años, después se probó con la marca SONY, la cual resultó ser la mejor por su apoyo, garantía, y servicio.

Se ha pasado de formatos de blanco y negro a cassette de  $\frac{3}{4}$  con los JVC y a cassettes BETACAM. Lo último que se adquirió, en cuanto a proyectores, tanto de los audiovisuales como el del auditorio Carlos Pérez del Toro, fue en el año 1997 y en equipo de televisión BETACAM en el año de 1995.

Lo que se pretende con esto es estar a la vanguardia en tecnología ya que la sociedad misma así lo requiere y así lo exige. Se ha estado preparando un plan llamado Educación a Distancia, como su nombre lo indica es una corriente mundial y es el futuro de la educación.

Esto es debido a que la tecnología ha permitido hacer otros planes que antes no eran posibles, ahora se habla del crecimiento virtual de las instituciones y de los negocios, el mundo de la comunicación es totalmente electrónico, con esa visión se crea este plan. En nuestro país, escuelas como el TEC de Monterrey, la Universidad Anáhuac, y el ITAM, ya cuentan con educación a distancia la cual se vislumbra desde la filosofía de los cursos por correspondencia, ya que su objetivo es similar. La ventaja que ofrece es un ahorro de tiempo y dinero.

El proyecto Educación a Distancia se comenzó a planear en el año de 1995, siendo precisamente un motivo poderoso para preparar el estudio de televisión. El propósito de este es que la Universidad no sature su matrícula en alumnos que asistan a clases en Ciudad Universitaria, sino que cuente con alumnos que puedan estudiar desde su casa, que prendan su televisor a una hora determinada y reciban la clase y que por medio del teléfono puedan hacer

sus preguntas a una base de datos o a través de Internet, tal vez, muy similar en ciertos aspectos a lo que ha sido la Telesecundaria.

Este proyecto está integrado por varias estrategias, entre las que intervienen Internet, la teleconferencia y la videoconferencia.

Las computadoras nacieron como un sistema de administrar negocios, a través de estas se puede supervisar una obra, una oficina, se puede hacer una auditoría desde cualquier lado y estar revisando los documentos a través de los discos, la tecnología nace para eso y se adopta para la educación. Cada vez es más fácil tener una computadora en casa por lo que hay que aprovecharla para este fin.

Por su parte, la videoconferencia, que es el uso eficiente de todos los medios, es un sistema muy costoso, que se puede enlazar hasta con cuarenta salas en el país, y con casi todo el mundo, siempre y cuando existan las condiciones necesarias, con los riesgos que esta implica como la interrupción de una llamada telefónica, forma parte de una de las tecnologías más importantes en educación.

La videoconferencia es la clase presencial donde se presenten casos generales, y donde se aplique lo leído con anterioridad y la retroalimentación por medio del fax, del e-mail y de servidores potentes que sean bancos de datos donde se tenga acceso, o bien, se acuda a la sala más cercana en donde se reciba una asesoría semanal o mensual, según la necesidad del curso, donde el maestro o un grupo de expertos aclaren las dudas a todos los educandos.

Este es precisamente el plan de la Educación a Distancia, crear un ambiente de libertad en el aprendizaje.

Esto está enfocado, por el momento, a los alumnos de posgrado, de diplomados y después al SUA, ya que es más cómodo tomar la clase en la oficina que desplazarse de un lugar a otro, por lo que el mercado se está viendo en ese sentido. Se ofrecerá un catálogo de diplomados, llamado Catálogo de Educación Continua, que edita la UNAM, este se está enviando a las cámaras, a las empresas para que ellos elijan. La licenciatura esperará algunos años para que se haga a través de estos medios.

Por lo anterior, en el año de 1997, tomando en cuenta el objetivo general de la Universidad, la Facultad decide prepararse para el momento en que se ponga en marcha el proyecto antes mencionado, por lo que se hicieron varios peritajes y evaluaciones, y se reconstruyó la energía eléctrica, para que todos los suministros eléctricos fueran nuevos.

Esto es indispensable tanto para el adecuado funcionamiento del equipo como para la interrelación del mismo. Además se tuvieron que adquirir muebles de fierro y piso de metal para que sea totalmente frío, ya que el equipo tiene que trabajar en condiciones de ventilación muy importantes.

El estudio está listo para recibir y transmitir, es decir, si se desea mandar un programa vía satélite se podrá hacer porque se tiene la calidad para esto, así como para poder comunicarse con TV UNAM.

Ahora bien, existe otro programa como derivado del anterior el cual se le conoce como Universidad en Línea (el cual aún no arranca) que estará enfocado al SUA. El sistema abierto a través de estos medios es a nivel Universidad, esto funciona como en una empresa, si los objetivos particulares no son compatibles con los objetivos institucionales, no se tendrá apoyo,

por lo que todo lo que se hizo fue en base a un objetivo muy grande que es la Educación a Distancia.

Este último programa estará bajo la supervisión de la Coordinación de Sistemas de Universidad Abierta y Educación a Distancia (CUAE), que se originó en el periodo del rector José Sarukán. Está integrada por el director, el arquitecto Enrique González Varela; el jefe del SUA, el doctor Enrique Pontes y el jefe de Educación a Distancia, la licenciada Patricia Fernández. Su función es normar todos los contenidos, tanto didáctica como técnicamente, además todos los planes de Educación a Distancia tienen que ser aprobados por la misma.

También es la encargada de generar un documento donde se informe a las facultades del formato que deben llevar sus programas para ser susceptibles de transmisión y sus planes de estudio, pero es precisamente en esto en lo que se está trabajando, en cómo normar a las diferentes facultades que integran la UNAM.

Con los dos proyectos se podrán obtener importantes ingresos, ya que se cuenta con la gran ventaja de tener un mercado casi virgen. Por el momento la comunidad estudiantil tendría que esperar un poco para recibir los beneficios de ambos programas, y esto principalmente sería en el sentido de que si hoy la Facultad tiene 17,000 alumnos, en el futuro tendrá 50,000, 25,000 de ellos en sus hogares.

Por otro lado, el circuito cerrado con el que cuenta la Facultad ha sido una atractiva herramienta de comunicación, aunque es importante destacar que también implica una fuerte inversión de recursos. Sus transmisiones han estado basadas en programación del sky, y del canal financiero. El circuito cerrado se originó junto con el departamento, es decir, en 1982.

Esto es en lo que ha estado trabajando este departamento, hasta 1996 se habían exhibido 1,282 programas académicos de televisión, dentro de las tres aulas destinadas para este fin; 24,000 transparencias que se utilizaron como material de apoyo para exposición en clase. Se transmitieron 44 programas por radio UNAM, 16 programas informativos de televisión por el circuito cerrado y se elaboraron diversos promocionales y programas de video.

Esta es su función y este es su compromiso, por lo que el futuro de la UMA está orientado a continuar insistiendo y apoyando, principalmente, al proceso enseñanza-aprendizaje, aspiración no tan sólo de la UMA, sino de la UNAM en general.

## CAPÍTULO 6. LA INVESTIGACIÓN

### 6.1 RESULTADOS ESTADÍSTICOS.

Este capítulo comprende la investigación realizada a la comunidad universitaria de la Facultad de Contaduría y Administración respecto a la Unidad de Métodos Audiovisuales.

La formula que se utilizó para obtener la muestra fue la siguiente:

$$n = \frac{K^2 N p q}{e^2 (N-1) + K^2 p q}$$

donde:

$K$  = coeficiente de confianza.

$N$  = universo o población.

$p$  = población a favor.

$q$  = población en contra.

$e$  = error de estimación.

$n$  = tamaño de la muestra.

497 Administradores

$$n = \frac{e^2 N p q}{e^2 (N-1) + e^2 p q}$$

$$n = \frac{(.95)^2 (497) (.5) (.5)}{(.05)^2 (497-1) + (.95)^2 (.5) (.5)}$$

$$n = \frac{0.9025 (497) (.25)}{0.0025 (496) + 0.9025 (.25)}$$

$$n = \frac{0.9025 (124.25)}{1.24 + 0.225625}$$

$$n = \frac{112.13563}{1.465625}$$

$$n = 76.510451$$

$$n = 76$$

475 Contadores

$$n = \frac{e^2 N p q}{e^2 (N-1) + e^2 p q}$$

$$n = \frac{(.95)^2 (475) (.5) (.5)}{(.05)^2 (475-1) + (.95)^2 (.5) (.5)}$$

$$n = \frac{0.9025 (475) (.25)}{0.0025 (474) + 0.9025 (.25)}$$

$$n = \frac{0.9025 (118.75)}{1.185 + 0.225625}$$

$$n = \frac{107.17188}{1.410625}$$

$$n = 75.974749$$

$$n = 76$$

## 32 Informáticos

$$n = \frac{z^2 N p q}{e^2 (N-1) + z^2 p q}$$

$$n = \frac{(.95)^2 (32) (.5) (.5)}{(.05)^2 (32-1) + (.95)^2 (.5) (.5)}$$

$$n = \frac{0.9025 (32) (.25)}{0.0025 (31) + 0.9025 (.25)}$$

$$n = \frac{0.9025 (8)}{0.0775 + 0.225625}$$

$$n = \frac{7.22}{0.303125}$$

$$n = 23.818557$$

$$\bar{n} = 24$$

$$n = 76 \text{ Administradores} + 76 \text{ Contadores} + 24 \text{ Informáticos} = 176 \text{ cuestionarios}$$

## **6.2 RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN DE CAMPO.**

### **PREGUNTA 1. ¿Qué opinas del material audiovisual con el que cuenta la Facultad?**

1. No contestó.
2. Ha sido actualizado y mejorado.
3. Está muy completo.
4. Es el adecuado ya que existe material de calidad.
5. Es bueno, pero obsoleto.
6. Es deficiente en cuanto a calidad y disponibilidad.
7. Es insuficiente.
8. Otros.

### **PREGUNTA 2. ¿Lo has usado alguna vez?**

1. No contestó.
2. Sí.
3. No.

### **PREGUNTA 3. ¿Qué beneficios tanto profesionales como personales encuentras en este material?**

1. No contestó.
2. Ninguno.
3. Apoyo en exposiciones y trabajos.

4. Contribuye para la formación profesional y la comprensión de los temas.
5. Permite el desarrollo del profesionalismo y la creatividad.
6. Facilita la expresión de ideas.
7. Otros.

**PREGUNTA 4. ¿Lo consideras adecuado para un joven universitario?**

1. No contestó.
2. Si.
3. No.

**PREGUNTA 4 (Si). ¿Por qué?**

1. No contestó.
2. Brinda apoyo en el desarrollo de tareas, trabajos y/o exposiciones.
3. Existe suficiente material referente a la carrera o de interés general.
4. Transmite nuevos conocimientos o reafirma lo visto en clase.
5. Existen temas actuales que presenta la realidad.
6. Es fácil de manejar y muy accesible.
7. Otros.

**PREGUNTA 4 (No). ¿Por qué?**

1. No contestó.
2. Debería de contar con tecnología más avanzada y con mobiliario adecuado y cómodo.

3. Existen fallas en el equipo.
4. No cuentan con material relacionado con las carreras, ni dan la oportunidad de que los alumnos hagan su propio material dentro de sus instalaciones.
5. El material es insuficiente y obsoleto.
6. Otros.

**PREGUNTA 5. Alguna vez, ¿han tomado en cuenta tu opinión para la realización de este material?**

1. No contestó.
2. Si.
3. No.

**PREGUNTA 6. ¿Cómo te gustaría que fuera este material?**

1. No contestó.
2. Como lo es actualmente.
3. Actual, aplicable a la realidad y con una gran diversidad de temas de acuerdo al plan de estudios.
4. Con mejor calidad de imagen y sonido.
5. Accesible, práctico y que estuviera en buen estado.
6. Más dinámico y entretenido.
7. Otros.

**PREGUNTA 7. ¿Qué opinas del circuito cerrado?**

1. No contestó.
2. Lo desconoce.
3. Es un apoyo a la educación.
4. Es algo bueno porque permite la difusión de información.
5. Es útil para solucionar problemas de cupo en el auditorio.
6. Casi no se utiliza y cuando lo hacen no está en óptimas condiciones.
7. Falta difusión para su uso.
8. Las televisiones no se encuentran ubicadas en lugares adecuados, además de ser insuficientes.
9. Otros.

**PREGUNTA 8. ¿Con qué frecuencia te detienes a observar los monitores?**

1. No contestó.
2. Frecuentemente.
3. Ocasionalmente.
4. Nunca.

**PREGUNTA 9. ¿Qué te gustaría que se transmitiera por medio de este?**

1. No contestó.
2. Logros y proyecciones de la FCA.

3. Eventos importantes y necesarios para la formación integral de la comunidad estudiantil conferencias y platicas actuales, programas educativos, tecnológicos y culturales, tanto internos como externos.
4. Noticias en el ámbito financiero, empresarial, político y económico, así como referentes a la FCA y a la UNAM.
5. Una combinación de los puntos 3 y 4.
6. Otros.

**PREGUNTA 10. ¿Cuál de las dos siguientes (TV UNAM o UMA) es la encargada de realizar el material audiovisual que se maneja en la Facultad?**

1. No contestó.
2. TV UNAM.
3. UMA.
4. Ambos.

**PREGUNTA 11. ¿Conoces la función de la Unidad de Métodos Audiovisuales?**

1. No contestó.
2. Si.
3. No.

**PREGUNTA 11. ¿Cuál es?**

1. No contestó.

2. Proyectar material audiovisual, dar mantenimiento a los audiovisuales, recolectar nuevo material para mantener actualizados a los alumnos.
3. Sólo proporcionar material y equipo de apoyo a alumnos y profesores de la Facultad.
4. Transmitir conferencias y reportajes de TV UNAM.
5. Hacer los documentos de la FCA.
6. Otros.

**Edad.**

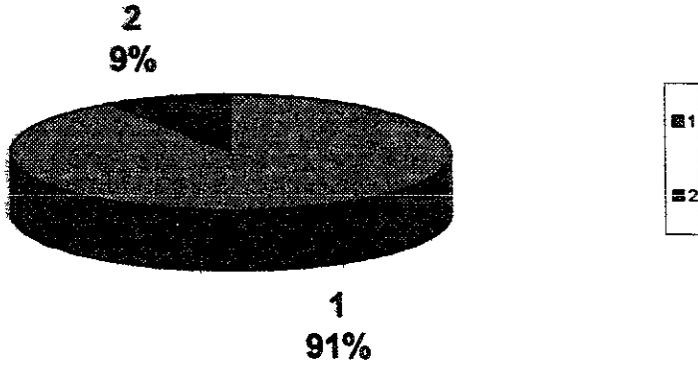
1. De 21 a 23 años.
2. De 24 en adelante.

**Sexo.**

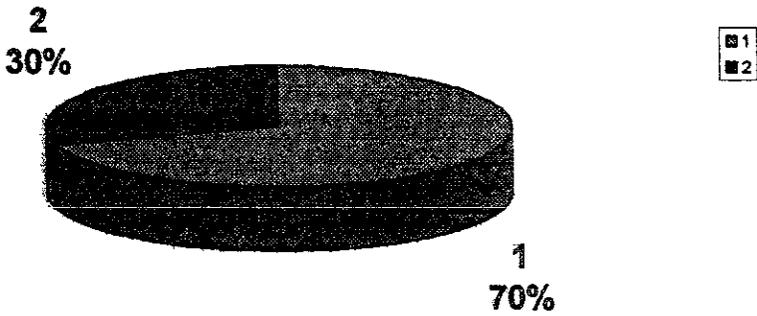
1. Femenino.
2. Masculino.

# GRÁFICAS

# E D A D

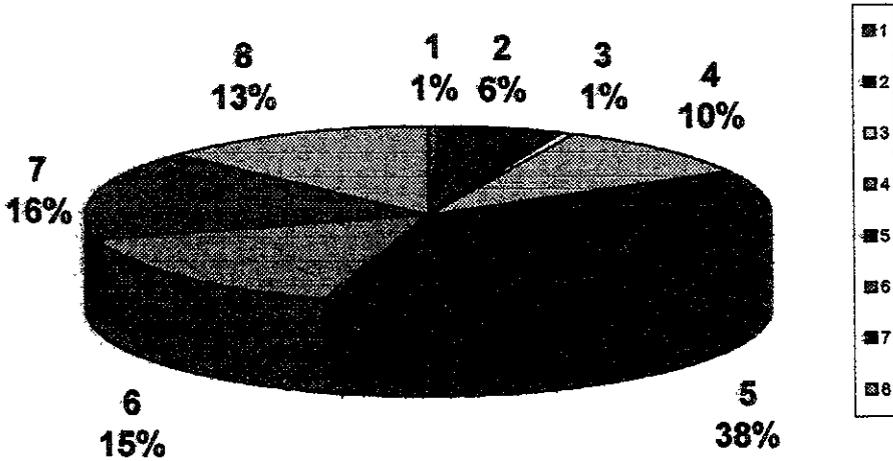


# S E X O



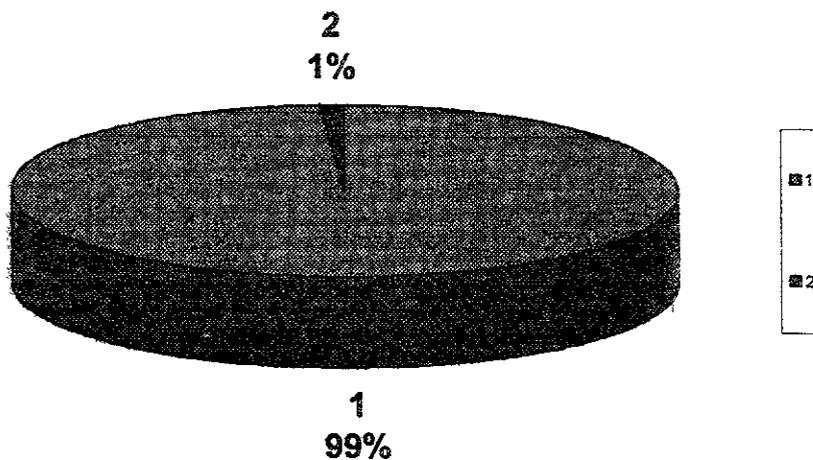
## PREGUNTA 1.

**¿QUÉ OPINAS DEL MATERIAL  
AUDIOVISUAL CON EL QUE CUENTA  
LA FACULTAD?**



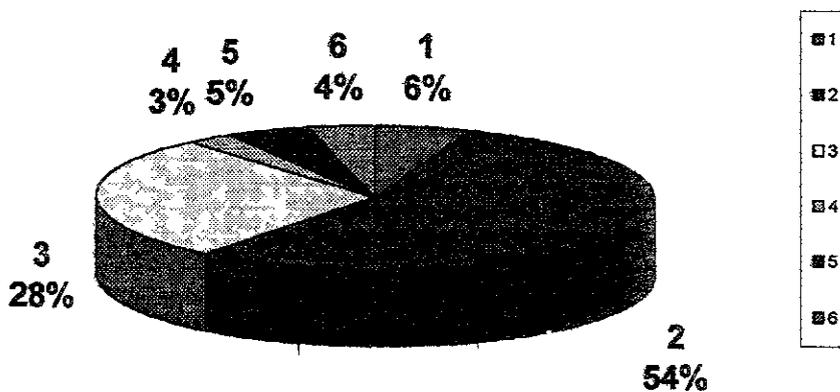
## PREGUNTA 2.

¿LO HAS USADO ALGUNA VEZ?



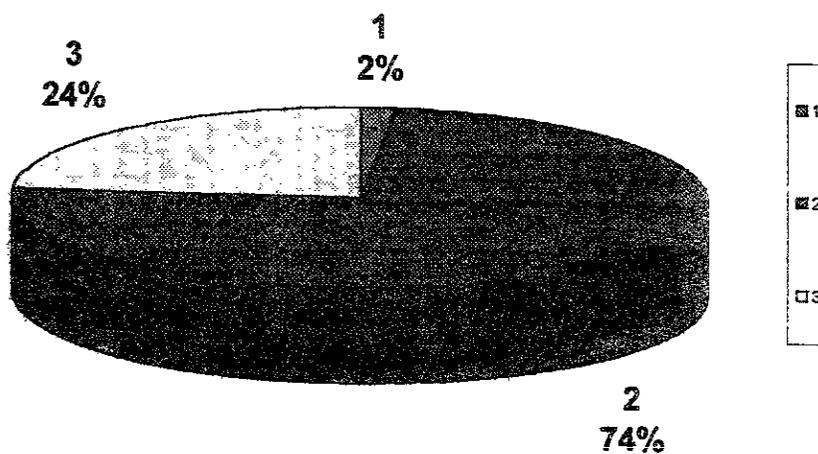
### PREGUNTA 3.

**¿QUÉ BENEFICIOS TANTO  
PROFESIONALES COMO  
PERSONALES ENCUENTRAS EN ESTE  
MATERIAL?**

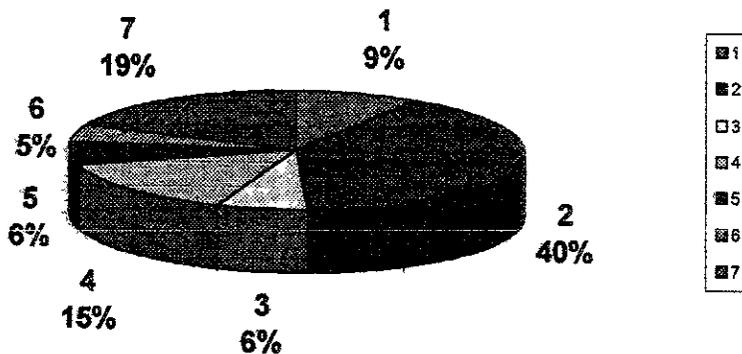


#### PREGUNTA 4.

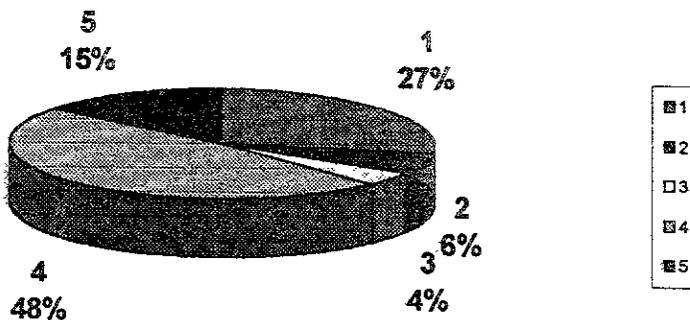
**¿LO CONSIDERAS ADECUADO PARA  
UN JOVEN UNIVERSITARIO?**



### PREGUNTA 4 (SI). ¿POR QUÉ?

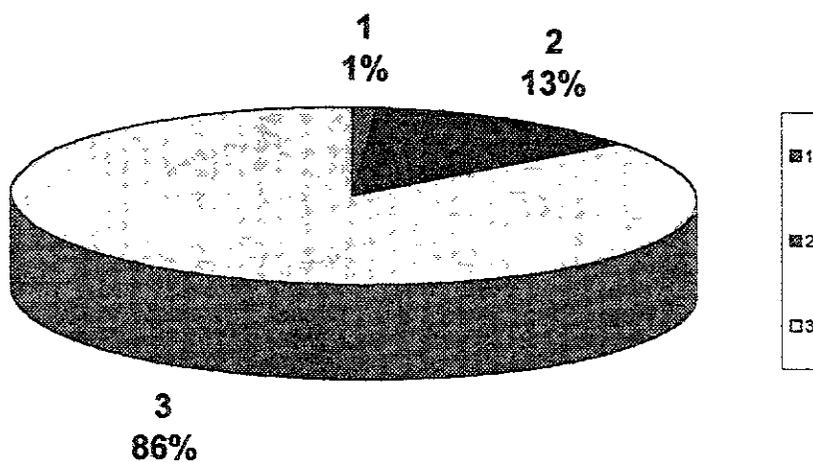


### PREGUNTA 4 (NO). ¿POR QUÉ?



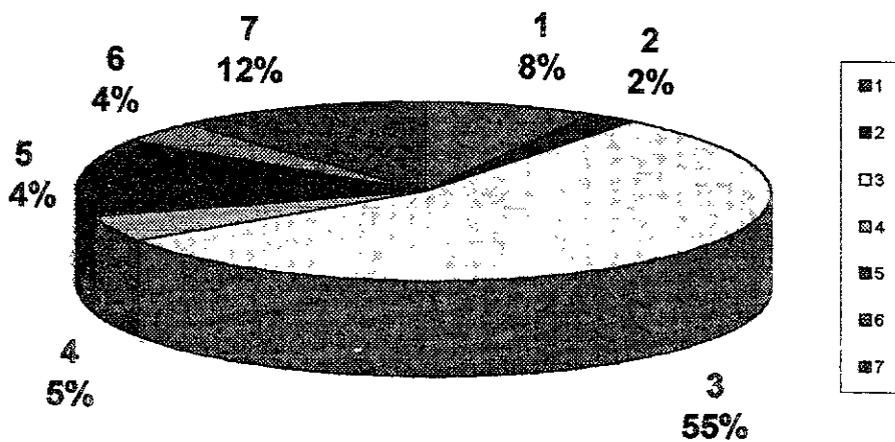
## PREGUNTA 5.

**ALGUNA VEZ, ¿HAN TOMADO EN CUENTA TU OPINIÓN PARA LA REALIZACIÓN DE ESTE MATERIAL?**



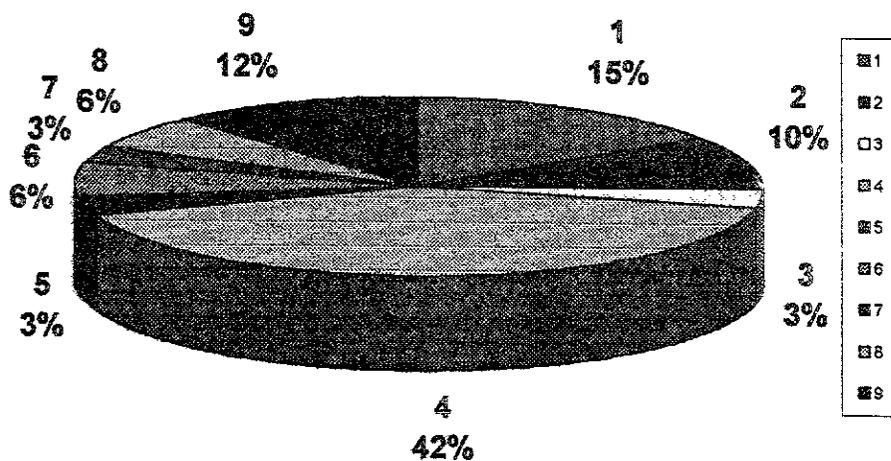
## PREGUNTA 6.

¿CÓMO TE GUSTARÍA QUE FUERA ESTE MATERIAL?



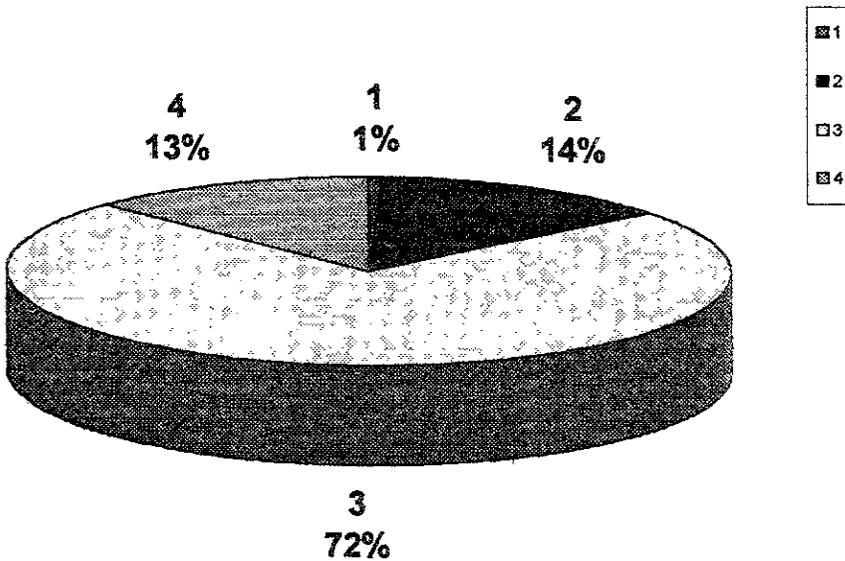
## PREGUNTA 7.

¿QUÉ OPINAS DEL CIRCUITO CERRADO?



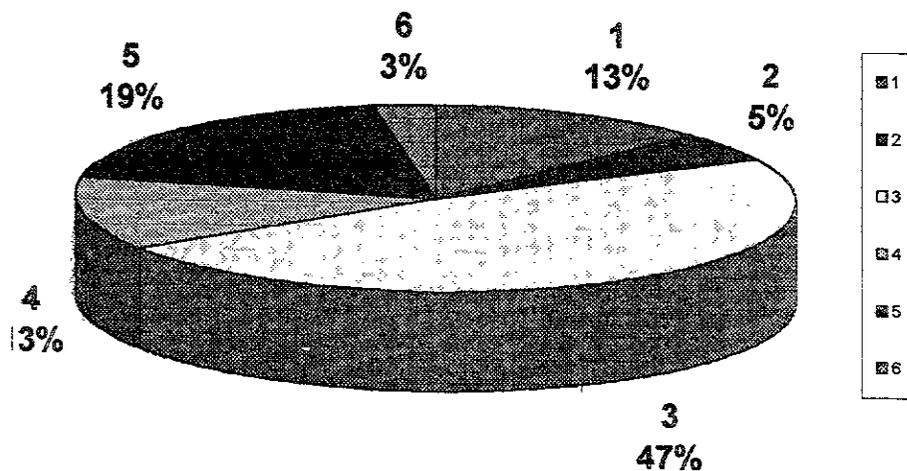
## PREGUNTA 8.

**¿CON QUÉ FRECUENCIA TE DETIENES  
A OBSERVAR LOS MONITORES?**



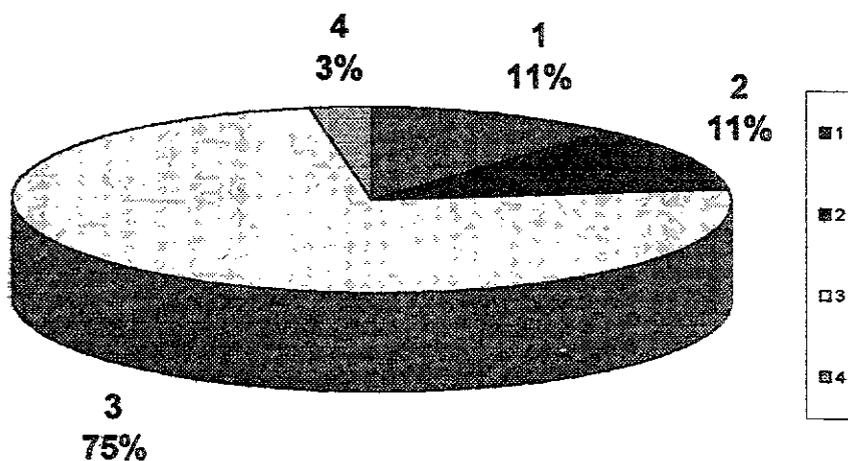
## PREGUNTA 9.

**¿QUÉ TE GUSTARÍA QUE SE TRANSMITIERA POR MEDIO DE ESTE?**



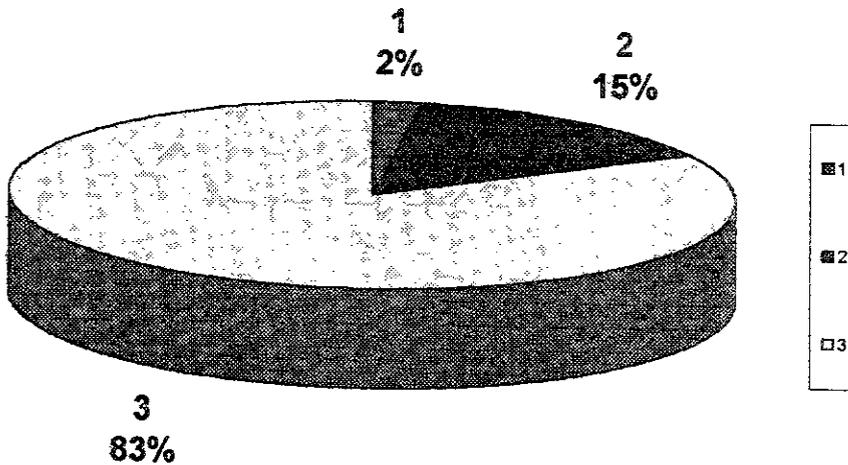
## PREGUNTA 10.

**¿CUÁL DE LAS DOS SIGUIENTES ES LA ENCARGADA DE REALIZAR EL MATERIAL AUDIOVISUAL QUE SE MANEJA EN LA FACULTAD?**



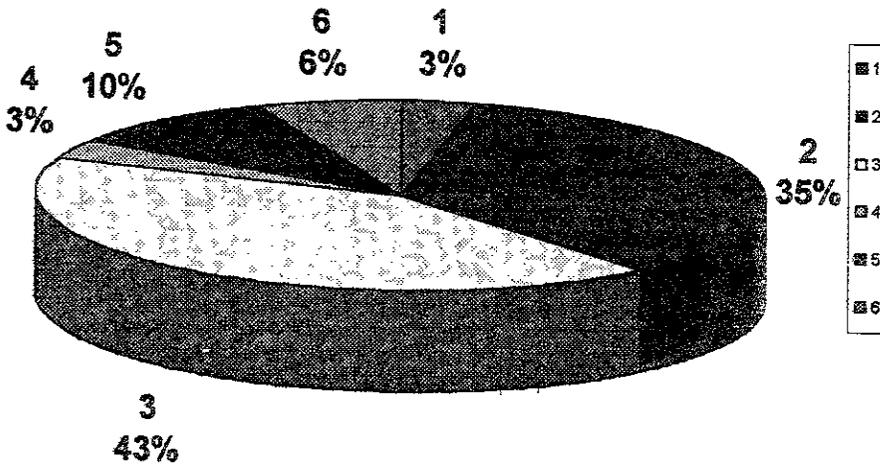
## PREGUNTA 11.

**¿CONOCES LA FUNCIÓN DE LA  
UNIDAD DE MÉTODOS  
AUDIOVISUALES?**



# PREGUNTA 11.

## ¿CUÁL ES?



### **6.3 ANÁLISIS DE INFORMACIÓN OBTENIDA.**

#### **EDAD**

De las 176 personas encuestadas, el 91% entran en el rango de entre 21 y 23 años de edad, y tan sólo el 9% en el de 24 años en adelante, por lo que puede decirse que realmente la población universitaria de la Facultad que cursa el décimo semestre es muy joven.

#### **SEXO**

El 70% corresponde al sexo femenino y el 30% al masculino, con esto se corrobora que existe un gran predominio de mujeres entre los estudiantes de la Facultad de Contaduría y Administración.

#### **PREGUNTA 1. ¿Qué opinas del material audiovisual con el que cuenta la Facultad?**

El 38% de los alumnos opinaron que el material es bueno, pero bastante obsoleto; el 16% lo consideraron insuficiente para toda la población de la Facultad; el 15% coincidieron en la idea de que el material es deficiente en cuanto a calidad y disponibilidad, por lo que sugirieron se mejorara en ambas; el 13% mencionó aspectos referentes a lo maltratado que se encuentra, y a la falta de difusión que conlleva a un bajo aprovechamiento; el 10% contempló que el material es el adecuado ya que existe calidad en el mismo; el 6% estuvo de acuerdo en que este ha sido mejorado y actualizado; y tan sólo el 1% pensó que esta muy completo; el mismo porcentaje lo ocupó el abstencionismo a no contestar esta pregunta.

**PREGUNTA 2. ¿Lo has usado alguna vez?**

Un 99% ha utilizado el material, y tan sólo un 1% no lo ha hecho, por lo que se puede afirmar que el material es de suma importancia para los estudiantes.

**PREGUNTA 3. ¿Qué beneficios tanto profesionales como personales encuentras en este material?**

El 54%, es decir un poco más de la mitad, estimó que este es un apoyo en exposiciones y trabajos; en un menor porcentaje, o sea el 28% pensó que este contribuye para la formación profesional y para una mejor comprensión de los temas; el 6% consideró que el material no aporta ningún beneficio; el 5% lo visualizó como un medio que facilita la expresión de ideas; el 4% adoptó ideas acerca de que el material permite el manejo de la tecnología, de que es fácil de obtener, además de transmitir mensajes aplicables a la vida cotidiana, y por último, sólo el 3% contempló el concepto de que este permite el desarrollo del profesionalismo y la creatividad.

Como puede observarse los beneficios que pudieron detectarse a través de esta pregunta son en su mayoría, referentes a aspectos educativos, es decir, en el ámbito profesional, pero en lo que se refiere al aspecto personal, fue muy pequeño el porcentaje que se obtuvo con respecto al apoyo que pudiera proporcionar el material.

**PREGUNTA 4. ¿Lo consideras adecuado para un joven universitario?**

En su mayoría, es decir el 74%, coincidió en que si lo consideran adecuado; para un 24% no lo fue así, y tan sólo el 2% no contestó a la interrogante.

#### **PREGUNTA 4 (si). ¿por qué?**

De las 128 personas que proporcionaron una respuesta afirmativa, el 40% consideró que el material brinda apoyo en el desarrollo de tareas, trabajos y exposiciones; el 19% opinó que el material permite la obtención de experiencias al colocar al profesionista en su entorno social, que es un buen medio de divulgación, que es interesante, necesario y de calidad; el 15% pensó que el material transmite nuevos conocimientos, o bien, que reafirma lo aprendido en el salón de clases; el 9% no contestó; el 6% estimó que hay suficiente material referente a la carrera o de interés general; el 6% contempló que existen temas actuales que presentan la realidad, y sólo el 5% optó por mencionar que es fácil de manejar y muy accesible.

#### **PREGUNTA 4 (no). ¿por qué?**

Referente a los 48 alumnos que contestaron negativamente, el 48% contempló que el material es insuficiente y obsoleto; el 27% comentó que se debería contar con tecnología más avanzada y con mobiliario adecuado y cómodo; el 15% citó la necesidad de mejorar el estudio de televisión con el que cuenta la Facultad, de hacer material de calidad, y de que haya una mayor divulgación del mismo; el 6% mencionó que existen fallas en el equipo; y por último, el 4% consideró que el material no está relacionado con las carreras impartidas, así como tampoco dan la oportunidad a los alumnos de crear su propio material dentro de las instalaciones de la Facultad.

**PREGUNTA 5. Alguna vez, ¿han tomado en cuenta tu opinión para la realización de este material?**

En su mayoría, es decir, el **86%** mencionó que nunca se le ha tomado parecer en la realización del material; sólo el **13%** afirmó lo contrario; y el **1%** restante no contestó.

**PREGUNTA 6. ¿Cómo te gustaría que fuera este material?**

El **55%** indicó que le gustaría que el material fuera actual, aplicable a la realidad y con una gran diversidad de temas de acuerdo al plan de estudios; el **14%** consideró que debe ser más accesible y práctico, además de estar en mejores condiciones físicas; el **12%** manifestó ideas referentes a que debería haber una mayor cantidad de material así como una ampliación en el catálogo de películas orientadas hacia las carreras y con información clasificada; el **8%** no contestó a la pregunta; el **5%** contempló que debe mejorarse la calidad de imagen y sonido; el **4%** enfocó su atención a aspectos que deben formar parte del material, tales como dinamismo, entretenimiento y atracción; y por último, el **2%** restante opinó que el material es de su agrado como esta actualmente.

**PREGUNTA 7. ¿Qué opinas del circuito cerrado?**

El **42%** estimó que es algo bueno ya que permite la difusión de información; el **15%** no contestó, el **12%** tuvo diversas ideas como el que este fungiera como un medio de seguridad y control para la propia Facultad, que fuera más oportuno para cualquier caso, especialmente para la transmisión de eventos, y que tuviera programación más interesante; el **10%** lo desconoce totalmente; el **6%** coincidió en que casi no se utiliza y cuando esto sucede no está

en óptimas condiciones; otro 6% más opinó que los televisores no se encuentran ubicadas en lugares adecuados, además de ser insuficientes; el 3% lo consideró como un apoyo a la educación definiéndolo como un sistema avanzado de aprendizaje, de intercambio de experiencias y enseñanzas, fácil de compartir con diferentes escuelas nacionales y/o extranjeras; otro 3% pensó que es útil para solucionar problemas de cupo en el auditorio; y por último, el 3% restante contempló que falta difusión para su uso.

**PREGUNTA 8. ¿Con qué frecuencia te detienes a observar los monitores?**

En un índice alto, el 73% opinaron que sólo se detienen a observar los monitores ocasionalmente; el 14% frecuentemente y el 13% nunca, por lo que se puede decir que es muy alto el porcentaje de indiferencia para algo que debería ser del interés de la comunidad universitaria de la Facultad.

**PREGUNTA 9. ¿Que te gustaría que se transmitiera por medio de este?**

La mayoría, o sea un 47% coincidió en que les gustaría que se transmitieran eventos importantes y necesarios para la formación integral de la comunidad estudiantil, es decir, conferencias y pláticas; programas educativos, tecnológicos y culturales tanto internos como externos y sobre todo actuales; el 19% le agradaría que hubiera una combinación de conferencias y eventos con noticias en general; el 13% se inclinó por noticias en el ámbito financiero, empresarial, político y económico, así como también referentes a la FCA y a la UNAM; otro 13% no contestó a la interrogante; el 5% opinó que se transmitieran logros y

proyecciones de la FCA; y sólo en un 3% programas de naturaleza, historia del hombre, entretenimiento o diversiones, deportes o simplemente lo que se transmite actualmente.

**PREGUNTA 10. ¿Cuál de las dos siguientes (TV UNAM o UMA) es la encargada de realizar el material audiovisual que se maneja en la Facultad?**

El 75% opinó que la encargada de elaborar el material audiovisual es la Unidad de Métodos Audiovisuales (UMA); el 11% consideró que es TV UNAM; otro 11% se abstuvo de contestar y sólo el 3% mencionó que ambas son las responsables de tal actividad.

**PREGUNTA 11. ¿Conoces la función de la Unidad de Métodos Audiovisuales?**

En un índice muy alto, es decir, el 83% dijeron no conocer la función de la Unidad de Métodos Audiovisuales (UMA); el 15% aseguraron si conocerla; y sólo el 2% no contestó.

**PREGUNTA 11 (si). ¿cuál es?**

Antes de realizar el análisis de esta pregunta, cabe aclarar que en esta parte aparecieron un total de 31 personas que proporcionaron funciones de la UMA y que en la pregunta anterior se observaron un total de 26, esto fue debido a que algunas personas no contestaron la anterior, pero si dieron su opinión respecto a esta.

Por lo anterior, el cálculo se hizo con base a las 31 personas, por lo cual el 43% de ellas opinó que la UMA sólo proporciona material y equipo de apoyo a alumnos y profesores de la Facultad; el 35% contempló que esta se dedica a proyectar material audiovisual, dar mantenimiento a los audiovisuales y recolectar nuevo material para mantener actualizados a los

alumnos; el 10% mencionó que la Unidad se encarga de hacer los documentos de la Facultad; el 6% consideró que su función es proyectar programas que consideran importantes; el 3% pensó que transmite conferencias y reportajes de TV UNAM; y por último, otro 3% no contestó.

De acuerdo a lo anterior y según los porcentajes obtenidos de las preguntas 1 a la 4 (No), puede afirmarse en términos generales que el 69% de los estudiantes están de acuerdo con la idea de que el material proporcionado por la UMA es bueno, ya que lo han utilizado como apoyo en exposiciones, trabajos y/o tareas, que ha estado a su alcance cuando lo han necesitado, que les ha facilitado la difusión y expresión de ideas, así como una mayor comprensión de los temas discutidos en clase.

También se ha hecho mención de la actitud creativa y profesional que este ha fomentado entre los mismos, además se ha resaltado una característica importante respecto a que el material es un vínculo entre el medio ambiente interno y el externo.

Sin embargo, es importante hacer referencia al hecho de que si bien el material ha sido considerado como el adecuado, no deben pasarse por alto ciertos detalles o aspectos que han logrado la inconformidad del resto de los estudiantes y que en un determinado momento podrían convertirse en deficiencias severas difíciles de controlar.

En lo que se refiere al circuito cerrado, la mitad de los encuestados está de acuerdo con éste y la otra parte no está del todo convencida, algunos ni siquiera lo conocen. El porcentaje obtenido respecto a la baja frecuencia con que éste es observado es realmente alto por lo que hay que considerar algunos factores que podrían mejorar esta situación.

Por otro lado, es agradable obtener un alto porcentaje de conocimiento respecto al responsable de realizar el material audiovisual que se maneja en la Facultad, la gran mayoría optó por la respuesta acertada, es decir, por la Unidad de Métodos Audiovisuales (UMA), esto demuestra la importancia trascendental que tiene esta Unidad en la Facultad, lo que es un poco desagradable es observar que esa gran mayoría desconoce las funciones de la misma y que tan sólo es una minoría la que escuetamente las conoce.

#### 6.4 COMENTARIOS Y SUGERENCIAS.

Como se ha podido observar, la UMA cuenta con aspectos muy positivos, pero también con otros que podrían ser mejorados, por lo que en seguida se plantean algunas sugerencias y acciones concretas que surgieron como resultado de este análisis.

	PROBLEMA	SUGERENCIA	ACCIÓN
1	El material disponible en la Facultad es obsoleto.	Actualizar el material que así lo requiera en base al plan de estudios y a las necesidades de la comunidad universitaria de la Facultad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ordenar el material por fechas para tener un mayor conocimiento y control del mismo.</li> <li>• Checar que material es el que requiere ser actualizado.</li> </ul> Adquirir un compromiso de trabajo entre

PROBLEMA	SUGERENCIA	ACCIÓN
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• autoridades, profesores y el personal de la Unidad para llevar a cabo tal acción.</li> </ul>
<p>2 El material con el que cuenta la Facultad es insuficiente para satisfacer la demanda de una gran cantidad de alumnos que lo requieren.</p>	<p>Contar con un mayor número de ejemplares para cada tema.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificar mediante un registro cuál es el material más requerido por los alumnos.</li> <li>• En base a los datos obtenidos mediante el registro, se necesitará reproducir el material en un número adecuado y proporcional a la demanda observada.</li> </ul>
<p>3 Se ha encontrado que el material carece de calidad en imagen y sonido.</p>	<p>Detectar aquel material que no cumpla con la calidad suficiente requerida para ser visto sin ninguna dificultad</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer un equipo de trabajo que se responsabilice de la revisión del material para excluir aquel que no cumpla con las características mencionadas.</li> <li>• Reemplazar el material que haya sido desechado por otro que si cubra los</li> </ul>

	PROBLEMA	SUGERENCIA	ACCIÓN
			<ul style="list-style-type: none"> <li>requisitos indispensables de calidad.</li> </ul>
4	<p>El material que se utiliza para ilustrar las exposiciones, tareas o trabajos requiere de dinamismo, entretenimiento y creatividad</p>	<p>Reestructurar la idea arcaica que se tiene acerca de cómo debe ser el proceso de enseñanza-aprendizaje a través del televisor.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Presentar la información de una manera flexible, lógica y con el debido profesionalismo que esto requiere, considerando aspectos de sonido, tomas, colores, formas e imágenes.</li> <li>Preguntar a los alumnos sus gustos en cuanto a la presentación de la información.</li> <li>Hacer uso de toda la tecnología disponible para elaborar el material</li> <li>Ser empáticos, considerar que esta información estará enfocada a una audiencia joven e inquieta.</li> <li>Contemplar el tiempo en que debe ser presentada la información para no saturar al alumno de la</li> </ul>

	PROBLEMA	SUGERENCIA	ACCIÓN
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• misma.</li> <li>• Permitir la participación y/o colaboración de los estudiantes en la creación de dicho material para adaptarlo más a sus propios gustos, deseos y necesidades.</li> </ul>
5	Contar con tecnología más avanzada que brinde apoyo tanto al alumnado como al profesorado.	Contemplar y analizar la idea de adquirir equipo nuevo (proyectores de acetatos, proyectores de cuerpos opacos o para las diapositivas).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacer un cálculo estimado del costo que esto implicaría.</li> <li>• Verificar si podría ser considerado en el presupuesto.</li> </ul>
6	El equipo disponible se encuentra deteriorado y por lo tanto, falla en el momento en que se utiliza o simplemente no se encuentra en condiciones para ser usado.	Darle mantenimiento al equipo para que no sufra daños que provoquen situaciones desagradables.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisar el equipo cada tres meses para prevenir ciertos deterioros que pudieran sufrir por su constante uso.</li> <li>• Reportar el o los daños encontrados en el equipo a la persona previamente elegida para tal acción, para que a su vez, ésta transmita el informe al</li> </ul>

	PROBLEMA	SUGERENCIA	ACCIÓN
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• responsable del equipo para que éste tome la decisión más acertada.</li> <li>• Concientizar a los alumnos de que el equipo es indispensable tanto para sus actividades como para las de la Facultad.</li> </ul>
7	El circuito cerrado es símbolo de indiferencia entre los estudiantes.	Transmitir lo que realmente los alumnos les gustaría ver y no lo que se piensa que les agradaría.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escuchar las inquietudes de los alumnos a través de una encuesta que permitiera vislumbrar sus deseos.</li> </ul>
8	Existe carencia de información referente a las actividades y al apoyo que brinda la UMA.	Divulgar su función.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar folletos con todo lo que la UMA proporciona.</li> <li>• El curso de inducción sería una muy buena oportunidad para informar a los alumnos acerca de las funciones de la misma.</li> </ul>
9	La Facultad cuenta con un	Utilizarlo no sólo en	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar las ventajas que</li> </ul>

	PROBLEMA	SUGERENCIA	ACCIÓN
	estudio de televisión totalmente equipado con todo lo necesario para transmitir y recibir una señal con la más alta calidad, pero desafortunadamente éste ha sido desaprovechado.	cuestiones de imagen de la propia Facultad o como apoyo para las demás, sino también para la creación de material que brinde soporte académico tanto a los maestros como a los alumnos, así como para enviar y recibir información del exterior.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• esto tendría.</li> <li>• Tener disposición para hacerlo.</li> <li>• Aceptar el compromiso y el reto que esto implicaría.</li> </ul>
10	Dificultad para obtener un espacio reservado para la Facultad en la televisión privada.	Tratar de obtener nuevamente, a través de la lógica y el profesionalismo un convenio con las televisoras para que se consiga un espacio para la FCA, con el propósito de que el conocimiento traspase el salón de clases y abarque al mismo tiempo un mayor número de audiencia tanto universitaria como en general.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar un proyecto o plan de calidad que sea lo suficientemente interesante para las televisoras.</li> <li>• Empezar la o las negociaciones con los dueños o representantes de las mismas.</li> <li>• Establecer acuerdos que beneficien a ambos lados.</li> <li>• Definir las políticas que deberán regir dicho acuerdo.</li> </ul>

Las sugerencias anteriores son expuestas con el propósito de participar en la reestructuración de ciertos aspectos que afectan a la comunidad de la Facultad.

Pero hablando en términos generales, se propone que se analice y reconsidere, en caso de ser necesario, la forma en cómo se está ejerciendo la administración dentro de la Facultad, ya que es necesario hacer énfasis en el hecho de que la UMA se rige según los objetivos y políticas de la dirección de la Facultad, por lo tanto, se sugiere contemplar una **Administración por Objetivos (APO)** basada en el establecimiento participativo de objetivos tangibles, verificables y medibles, y donde lo importante es motivar y no imponer al permitir la intervención de todos los miembros, que en este caso estarían relacionados con la UMA para la fijación de los mismos.

Según este enfoque, los objetivos generales de la dirección se convertirían en específicos para los demás niveles (es decir, en forma de cascada, como se le ha conocido a la **APO**) hasta llegar a los individuales, lo cual podría aportar resultados favorables al tomar en cuenta a todo el personal de la UMA y al considerarlos como personas trabajadoras, responsables, creativas y capaces de afrontar cualquier reto, con esto no se pretende decir que no se les contemple de tal forma, tan sólo se enuncian algunos aspectos que han caracterizado a la **APO**.

De esta manera, al tener el personal un pleno conocimiento de lo que se espera de ellos, se sentirían motivados para realizar su trabajo y convertir esos detalles negativos en aspectos positivos que proporcionarían un beneficio a la Facultad y a sus alumnos, y por lo tanto, un apoyo mayor en la preparación de los últimos.

Como complemento de lo anterior, se presenta en la **Figura 6.1** el proceso de la **APO**

planteado por Stephen P. Robbins en su libro "Administración, teoría y práctica"

Los elementos esenciales

Los pasos principales

Establecimiento de metas	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Formular objetivos y estrategias de largo plazo.</li><li>2. Desarrollar objetivos específicos para la organización en su conjunto.</li><li>3. Establecer objetivos departamentales.</li><li>4. Establecer objetivos individuales por puesto.</li></ol>
Planeación de Acciones	<ol style="list-style-type: none"><li>5. Formular planes de acción.</li></ol>
Autocontrol	<ol style="list-style-type: none"><li>6. Instrumentar y tomar acciones correctivas.</li></ol>
Revisiones periódicas	<ol style="list-style-type: none"><li>7. Revisar el progreso hacia los objetivos.</li><li>8. Evaluar el desempeño general y reforzar (con adiestramiento, compensación, etc.)</li></ol>

Figura 6.1 Proceso de la APO

Según el esquema, el establecimiento de metas contempla el fijar objetivos y estrategias a largo plazo en toda la organización para que en base a esto cada nivel formule los suyos hasta llegar a precisar los objetivos individuales, con esto, todo estará regido bajo una misma dirección.

El siguiente paso será el plantearse la pregunta acerca de qué es necesario para alcanzar esos objetivos, por lo que se establecerán las actividades a realizar asignando responsabilidades y estimando el tiempo y los recursos para tal efecto.

Posteriormente, cada persona deberá tener un autocontrol del desempeño que haya tenido en la actividad asignada.

Por último, las revisiones periódicas tienen la finalidad de evaluar si realmente las acciones se están llevando a cabo adecuadamente cumpliendo, ante todo, con los objetivos establecidos, de lo contrario, se deberá implementar la acción correctiva que encaminaría nuevamente los planes de acción hacia los objetivos.

Aunado a esto, se podría considerar adoptar un enfoque de sistema, mencionado en el capítulo tres.

Por otro lado dentro de los problemas detectados y mencionados anteriormente, se señaló el hecho de que la Facultad no cuenta con un espacio televisivo como lo tuvo en un tiempo por lo que se recomendaron algunos puntos que podrían ser considerados, sin embargo, este punto es de gran importancia por lo que a continuación se cita otra sugerencia más detallada para tal efecto.

Esta consiste en la elaboración de un proyecto para la televisión privada en base a un **Plan de marketing**. John Westwood en su libro Planeación de Mercados lo define como un “documento que formula un plan para vender productos y servicios”. Según este autor, un **Plan de marketing** se puede utilizar con el fin de “preparar un razonamiento para introducir un producto nuevo”.

Ahora bien, se propone analizar la realización del proyecto en base a este plan porque todo se basa en la planeación, que es una de las funciones más importantes de una gerencia, en este caso de la dirección de la Facultad y porque la educación es un servicio que se proporciona a un “mercado” o sector determinado que en este caso es el de los estudiantes que cursan la licenciatura en la FCA.

Cabe mencionar que para elaborar un **Plan de marketing** es necesario estudiar y comprender todo el proceso de planeación como lo presenta Westwood en la **Figura 6.2**.

Fijar objetivos corporativos. La dirección tendría que establecer objetivos congruentes con el plan final, enfocándolos al incremento en la preparación de la comunidad universitaria de la Facultad mediante el apoyo que recibirían.

Hacer investigación externa de mercado. Esta investigación podría estar enfocada hacia los empresarios, para conocer sus requerimientos. Esta información sería de gran importancia ya que al conocer las necesidades de las organizaciones se podría dar un mayor apoyo a los estudiantes en las áreas donde hubiera una mayor demanda de conocimientos.

Hacer investigación interna de mercado. Se enfocaría directamente a los alumnos de la Facultad, desde los primeros semestres hasta los últimos para conocer sus necesidades, deseos y gustos para satisfacerlos mediante los programas de televisión.

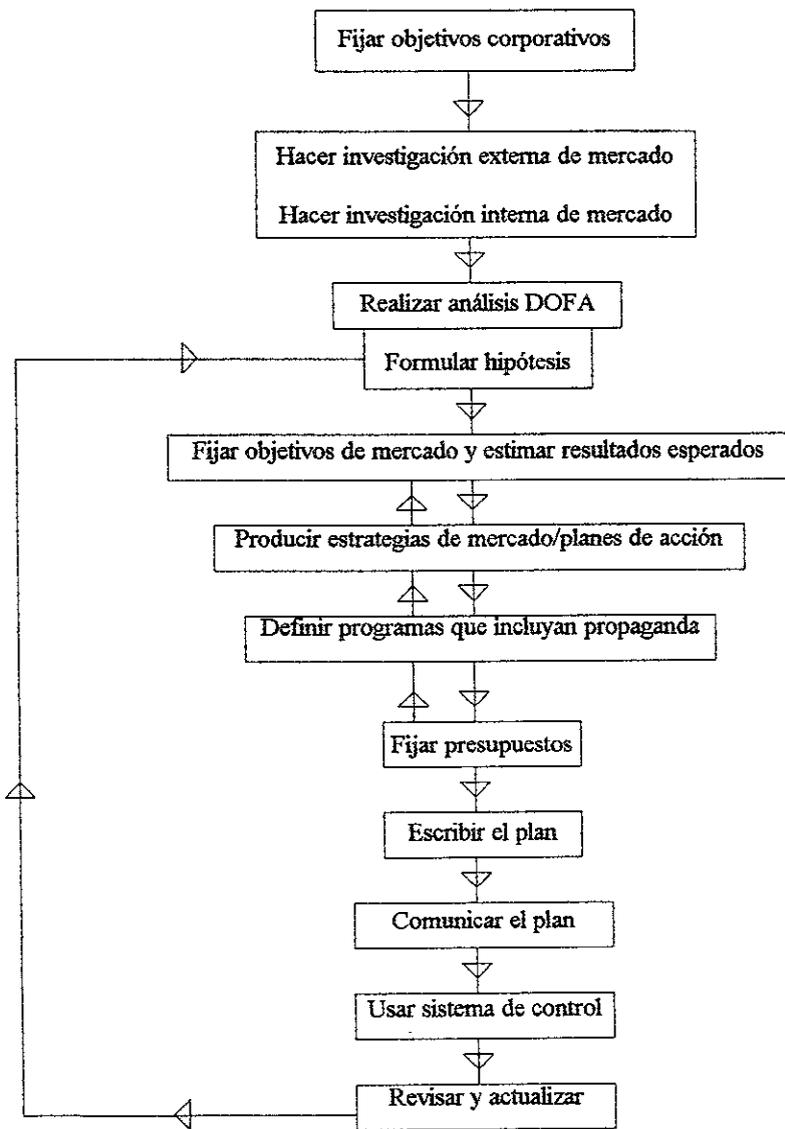


Figura 6.2. Proceso de la planeación de marketing.

Realizar análisis DOFA. Una vez hecho lo anterior, el siguiente paso sería realizar un análisis DOFA, es decir, se estudiarían las debilidades de la Facultad, sus oportunidades, sus fortalezas, y sus amenazas. Las fortalezas y debilidades se encontrarían internamente, pero las oportunidades y amenazas estarían regidas por el ambiente externo.

Formular hipótesis. El plan de marketing se tiene que basar en un conjunto de hipótesis claramente definidas. Estas tienen relaciones con factores económicos externos, así como también con factores tecnológicos y competitivos.

Fijar objetivos de mercado y estimar resultados esperados. Este punto es de gran importancia ya que aquí se definirá lo que se desearía lograr mediante el plan o proyecto considerando que un objetivo de mercado se refiere al equilibrio entre producto/servicio y su mercado.

Definir estrategias de mercado y planes de acción. La UMA tendría que analizar y establecer las estrategias a seguir, es decir, los métodos que les permitirían lograr sus objetivos para después implantar las acciones necesarias.

Establecer programas. En esta etapa se delimitarían responsabilidades, lugares y formas de acción.

Fijar presupuestos. Esta es la etapa más importante del proceso, ya que se podrían definir objetivos, estrategias y planes de acción, pero si el costo es excesivo para la Facultad y los beneficios que se pudieran obtener para sí misma y para su comunidad fueran menores, se tendría que considerar seriamente la posibilidad de descartar el proyecto y enfocar todo el esfuerzo, dedicación y conocimiento a otros aspectos; se podría decir que este es el momento crucial para tomar la decisión de continuar o no con esto.

Escribir el plan. Una vez hecho lo anterior, si la UMA decidiera continuar, el siguiente paso consistiría en preparar el plan escrito el cual tendría que ser claro y preciso.

Comunicar el plan. Al realizar el plan o proyecto tendría que ser comunicado a la dirección de la Facultad para que esta a su vez, lo diera a conocer a la persona indicada.

Sistema de control. Este se refiere al control en la aplicación y a la revisión del desarrollo del proyecto ya que este tendría que ser vigilado conforme fuera avanzando y corregido en caso de que fuera necesario.

Revisión y actualización. Por último, es necesario estar consciente de las constantes necesidades que el televidente podría tener, por lo que se tendrían que realizar algunos cambios durante el tiempo de transmisión de los programas.

Todo esto sería necesario para que la UMA elaborara su proyecto para la televisión, quedando este como se presenta en la **Figura 6.3**.

Contenido. Mejor conocido como índice. Necesario para localizar de una manera fácil y rápido las secciones que conformarían el plan.

Introducción. Se compone de la información esencial del plan que respaldaría las razones por las cuales sería elaborado, además de presentar sus propósitos y usos.

Resumen del plan. Como su nombre lo indica, esta es la parte donde se expondrían los aspectos más importantes del plan, es decir, los puntos claves que deberían cumplir con las exigencias de claridad y sencillez para que pudieran ser entendidos por todas aquellas personas que recibieran y estudiaran el plan.

➤	Tabla de contenido.
➤	Introducción.
➤	Resumen.
➤	Análisis de la situación que incluye:
	Investigación externa (resumen)
	Investigación interna (resumen)
	Análisis DOFA
➤	Objetivos de mercado.
➤	Estrategias de mercado.
➤	Programas.
➤	Propaganda.
➤	Presupuestos.
➤	Controles.
➤	Procedimientos de actualización.

**Figura 6.3** Proyecto de televisión

Según Westwood este resumen siempre deberá incluir:

- ✓ Las hipótesis fundamentales sobre los cuales se basa el plan.
- ✓ Los objetivos del plan.
- ✓ El periodo de tiempo durante el cual se va a ejecutar.

Análisis situacional. Esta sección debería incluir los resúmenes de la investigación de mercados, tanto interna como externa, así como el análisis DOFA obtenido.

Objetivos de mercado. Aquí la UMA tendría que establecer claramente los objetivos que se desearían y deberían alcanzar.

Estrategias de mercado. La UMA tendría que adoptar estrategias de desarrollo. Las estrategias de desarrollo “tienen por objeto ofrecer a los clientes existentes una línea más amplia de productos o servicios. Estas estrategias se basan en modificación de productos o introducción de productos nuevos para nuestros clientes existentes en nuestros mercados actuales. Con base en el análisis DOFA, habremos identificado varias oportunidades que se pueden aprovechar”.<sup>1</sup>

De acuerdo a lo anterior, y enfocándolo al proyecto de televisión, las estrategias de desarrollo ofrecerían diversidad de transmisiones a los televidentes, haciendo hincapié en el aspecto de que a pesar de que ya se realizaron programas anteriormente, esto sería como por vez primera ya que contaría con otro enfoque; por último, el análisis DOFA aplicado a la Facultad pondría de manifiesto los aspectos positivos para trabajar.

Programas. Los programas deberían ser elaborados con la finalidad de mostrar las acciones a seguir dando respuesta a las preguntas qué se va a hacer, dónde y cómo. Aunado a esto, se delimitarían responsabilidades y el itinerario de todas las personas que participarían en el proyecto.

Propaganda. Con la finalidad de ganar más adeptos, la UMA debería contemplar la propaganda necesaria con los detalles requeridos.

Presupuestos. Se refiere al cálculo de los costos que implicaría la ejecución de este plan o proyecto.

---

<sup>1</sup> Westwood, John. Placación de Mercados. Bogotá, Colombia 1991. LEGIS Editores S.A. pág. 122.

Controles. Sería de gran importancia que la UMA propusiera programas de control que permitieran saber si realmente los objetivos se estarían alcanzando o si sería necesario implantar medidas correctivas para encausar nuevamente las actividades.

Procedimientos de actualización. Por último, durante la aplicación de este proyecto se tendría que vigilar para que en el momento en que se pudieran presentar desviaciones importantes se realizaran modificaciones, por lo tanto, sería indispensable se estableciera un programa de control que permitiera la revisión del mismo según las necesidades y deseos del mercado meta, es decir, del auditorio específico.

Es necesario reincidir en el aspecto de que esta al igual que las anteriores, son tan sólo sugerencias que no imponen una verdad absoluta, tampoco aseguran que sean las mejores alternativas a seguir; sin embargo, no estaría por demás que fueran analizadas y posiblemente adoptadas si así se juzgara conveniente, no en beneficio propio sino a favor de la comunidad universitaria de la Facultad, de esta última y de la propia UNAM.

## CONCLUSIONES

A través del breve recorrido que se ha hecho sobre la historia de la televisión, desde sus inicios en la década de los '20 y hasta nuestros días, se ha podido constatar que ha sido el descubrimiento que revolucionó al mundo entero.

Desde que en el siglo pasado, en el viejo continente comenzaron a vislumbrarse los primeros indicios de lo que más tarde sería el enlace entre fronteras, ya se visualizaba el impacto tan grande que tendría en la vida del ser humano.

Paulatinamente la televisión dejó de ser de la vieja Europa para integrarse a las inquietudes del Continente Americano. Con su arribo no sólo se anunciaba la modernidad en la comunicación, sino también el advenimiento a una nueva cultura constituida por el ingenio, la creatividad y la necesidad de toda una sociedad.

La llegada de la televisión a nuestro país simbolizó la ruptura con el pasado y el enlace con el adelanto, el conocimiento y el entretenimiento.

En nuestro país se hizo presente el término de competencia entre todos aquellos que quisieron acapararla, la separación entre televisión estatal y televisión privada fue radical. Mientras la primera, inútilmente trató de adoptar un enfoque social y educativo, la segunda la encaminó al lucro y más que a la diversión a la enajenación del televidente, superando en mucho, a la televisión estatal.

La televisión privada se convirtió en la preferida del pueblo mexicano llevando al desplome a la primera, y por consecuencia, al desvanecimiento de la idea de hacer de la televisión el medio ideal de verdadera comunicación, el equilibrio perfecto entre profesionalismo y compromiso, entre conocimiento y reflexión y entre entretenimiento y diversión.

Tanto el Estado como Televisa pretendieron hacer una televisión educativa quedando tan sólo en el intento, porque a juicio personal, le faltaba mucho por lograr alcanzar algo similar a esta.

El Estado se concretó a realizar series que en calidad dejaron mucho que desear, la falta de compromiso y responsabilidad prevalecieron a lo largo de la transmisión de las mismas, los intereses personales se agudizaron y se impusieron como siempre ante el beneficio social, por lo que no hubo una estructura ni un plan adecuado en base a lo que debe ser una televisión instructiva.

Televisa, por su parte, trató de llegar por su lado más fuerte. las telenovelas. Realizando una triada donde su aparente finalidad fue el de enseñar entreteniendo y el de resaltar los valores sociales.

Se utiliza el termino “aparente finalidad” porque si bien la televisora realizó algunas producciones con temática diferente a lo que se está acostumbrado ver, fue porque con ello se ganaba la simpatía y preferencia de los televidentes, y por lo tanto, una mayor ganancia.

Tal vez sea por esta misma razón que actualmente se estén realizando series enfocadas a esta temática, debido a que ahora se está enfrentando a la competencia aunque esta tenga menos interés que la primera por producir programas educativos. Sería interesante indagar cuál

es el verdadero objetivo de esto y si estos programas se están haciendo bajo las características y requisitos que debe tener la televisión educativa.

Afortunadamente, si hay quien realmente se preocupa por conjuntar la educación con la tecnología, prueba de ello lo es el IPN y la UNAM.

El Politécnico ha creado un verdadero espacio para la transmisión del conocimiento a cualquier edad, ofreciendo un enfoque atractivo, profesional y de calidad, lo mismo se transmite una serie para los pequeños que para los adultos abordando una diversidad de temas que no sólo llaman la atención de un grupo específico de espectadores sino del auditorio en general.

Un punto muy favorable con el que cuenta el Politécnico es el de tener su propio canal, que en opinión personal es totalmente neutral respecto a los demás canales.

Pero si bien tocar el tema de la televisión que ha integrado el IPN es hablar del término educación y conocimiento, más lo es cuando nos referimos a la Máxima Casa de Estudios a través de TV UNAM.

Un largo camino se tuvo que recorrer para crear lo que hoy se conoce como TV UNAM, muchos fueron los obstáculos a vencer y tal vez, todavía queden otros más por derribar, sin embargo, y a pesar del escueto apoyo que se ha recibido por parte de las autoridades gubernamentales, TV UNAM ha difundido a través de sus emisiones, los principales objetivos de la Universidad: el conocimiento, la cultura y la investigación.

TV UNAM cuenta con personal altamente preparado y con equipo de calidad, capaz de competir no sólo nacionalmente sino también internacionalmente, la ardua labor por producir programas de interés general ha sido acreedora a merecidos reconocimientos que han puesto muy en alto a la Universidad.

Por lo que se puede decir, que si bien se han cometido errores, mayores han sido los logros que se han registrado ya que el profesionalismo y la dedicación con la cual la televisión universitaria se ha edificado ha superado en gran medida aquellos aspectos negativos.

Desafortunadamente, existe un factor en contra y ajeno a la Universidad y que nuevamente atiende a intereses privados, esto es el hecho de que la UNAM no cuenta con un canal propio como lo tiene el IPN, las barras que se han llegado a transmitir por los diferentes canales son escasas y en horarios poco accesibles.

Para la televisión privada el dar paso a la educación y a la información significaría una baja en sus ganancias y en el rating que ha sido el motivo principal de absurdas competencias entre las televisoras que no han hecho más que obtenerlo al costo que sea.

Por su parte, para el Estado el que la Universidad contara con su propio espacio sería señal de un despertar ante la ignorancia, la pasividad y la enajenación. Que el pueblo no piense, sólo que actúe dejándose llevar por las masas.

Pero, por fortuna, no todo está perdido en el plan de unir televisión y educación. Los universitarios hemos tenido la oportunidad de ser parte de este hecho en nuestras propias instalaciones.

La Facultad de Contaduría y Administración es un ejemplo palpable de esto. Desde su edificación ha pasado por todo un proceso de transformación y de actualización que ha permitido elevar el nivel en la enseñanza. Sus instalaciones y servicios que ofrece a los estudiantes han sido de la más alta calidad y siempre pensando en el beneficio de los mismos.

La Facultad ha sido la que más ha estado involucrada en este aspecto. Su constante interés por brindar un mayor apoyo a la educación ha dado como resultado la creación de la

Unidad de Métodos Audiovisuales que desde sus inicios ha respaldado la noble tarea de la Facultad y de la propia UNAM: difundir el conocimiento, además de dar soporte a la imagen de la propia Facultad.

La UMA cuenta con todo un equipo sofisticado tanto en el aspecto humano como en el tecnológico, capaz de competir y sobresalir entre muchos otros. Además ha sido la que ha presentado a la Facultad en un ambiente distinto al universitario y la que ha respaldado también a otras facultades. Es la UMA la que está participando en los proyectos de la educación en el futuro a través de Educación a Distancia y Universidad en Línea, y es esta, precisamente, la que ha estado presente en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Tal vez con ciertos detalles que mejorar ya que a juicio personal no se les puede catalogar como errores, sino más bien como descuidos que se han soslayado y que han sido producto, no de la falta de interés, ni del desgano, sino del ajeteo constante en que se ve inmiscuida la propia Facultad.

Ahora bien, el objetivo general de este trabajo se basó en investigar si la UMA está orientada al desarrollo de una televisión educativa que respalde, fortalezca y apoye tanto las actividades de la Facultad como a sus estudiantes.

Se recordará que en el capítulo tres se habló de este tipo de televisión y donde se mencionó que se puede llamar televisión educativa a cualquier clase de programas educativos de video que se presenten con cualquier propósito serio, o como un intento de enseñar algo a alguien.

Pues bien, en base a los resultados obtenidos, se puede afirmar que la UMA efectivamente está orientada al desarrollo de una televisión educativa, sin embargo, hay ciertos detalles en los cuales se debe poner especial atención.

Ha realizado documentos de carácter educativo donde se presentan temas relacionados con las carreras impartidas en la Facultad cuya realización ha estado basada en el profesionalismo y en el afán de aportar información que beneficie al alumno. Aunado a esto, hay que recordar que las transmisiones a través del circuito cerrado también se les considera dentro de la televisión instructiva, factor importante que resalta tal afirmación.

La UMA ha desarrollado este tipo de televisión con la función de ser complementaria ya que mediante la realización de los documentos ha buscado ampliar la clase expuesta por el profesor o por lo mismo alumnos.

Su utilidad se ubica dentro de dos vertientes: como medio de enriquecimiento y como enseñanza cooperativa o de grupo, también descritas en el mismo capítulo.

Los principales beneficios que los alumnos han recibido por parte de esta, han sido el apoyo que brinda en exposiciones, trabajos y tareas, la contribución al desarrollo de su formación como profesionistas, la facilidad con la que se comprenden los temas y la expresión de pensamientos e ideas.

En general, puede decirse que en opinión de los mismo estudiantes, la UMA ha estado presente durante toda su carrera y ha sido de gran ayuda ya que un alto porcentaje demostró que su material ha sido utilizado por la mayor parte de la población de la Facultad.

Por esta misma razón, el material debería ser actualizado según los requerimientos tanto externos como internos, ya que no hay que olvidar que mientras más se les informe a los

alumnos de lo que sucede actualmente en el mundo empresarial, mayor será su preparación, y por lo tanto, habrá más probabilidades de ejercer con bases firmes su profesión en el lugar y en el momento indicado. Además de ser este aspecto precisamente el de mayor reincidencia en la investigación. Lo que se pide es material actual.

También se encontró que en realidad, escasos fueron los resultados en donde se señaló que se ha tomado en cuenta al alumno para la realización del material. En su mayoría, opinaron nunca haberseles escuchado para tal acción, lo mismo sucedió cuando se les preguntó lo que les gustaría que se transmitiera a través del circuito cerrado, cuya respuesta permitió ver que en realidad no se transmite lo que el alumno desearía, de aquí que un alto porcentaje hayan observado ocasionalmente lo que se transmite por medio de este.

Sería importante reconsiderar este aspecto ya que tanto el material audiovisual como el circuito cerrado está hecho para ellos, pero no basta que lo esté físicamente, sino también que se enfoque a sus gustos, deseos y sobre todo a sus necesidades, porque finalmente será el alumno quien reciba el mensaje de la mejor manera posible.

La UMA ha logrado importantes alcances dentro y fuera de la Facultad, el estudio que se ha consolidado ha proporcionado grandes beneficios tanto para esta como para la UNAM en general, además se están realizando interesantes proyectos que confirmarán el concepto de que la Facultad de Contaduría y Administración es una de las mejores del país.

En cuanto a sus limitaciones se encontraron ciertos detalles leves que pueden mejorarse, pero en términos generales, los más grandes son a nivel externo.

Por todo lo anterior, se puede afirmar que la hipótesis planteada se cumplió en gran parte. Al inicio de este trabajo se estableció que: la manera en como la UMA ha apoyado tanto

a las actividades propias de la FCA como a su comunidad estudiantil, ha sido la más conveniente debido a que se han realizado perfectas ilustraciones de las cátedras que se imparten en esta Facultad, actualizándose cada vez que se requiere, permitiendo que los alumnos asimilen de una forma rápida y fácil los conocimientos previamente transmitidos por sus profesores, así como también, se ha logrado un desarrollo personal óptimo entre los jóvenes de la Facultad, quienes consideran que la UMA ha utilizado los mejores métodos pedagógicos para la enseñanza y que están orientados a las necesidades y deseos de los universitarios de este tiempo.

Efectivamente la UMA ha proporcionado un apoyo tanto a la Facultad como a su comunidad, en opinión de los propios alumnos, el material ha sido bueno y de gran ayuda, sin embargo, carece de actualización por lo que en esta parte no se cumplió la hipótesis. Lo que si es un hecho es que este ha facilitado la transmisión y recepción de la información previamente proporcionada en el salón de clases, permitiendo con esto una expansión del conocimiento.

También ha intervenido favorablemente en el desarrollo personal de los alumnos al fomentar o motivar pensamientos o ideas que pueden enriquecer el momento, pero más importante aún, es el hecho de que se transmitan a los demás, y es esto precisamente uno de los aspectos que sobresalieron en esta investigación. El material audiovisual induce al alumno a generar mensajes que puedan ser respaldados con una imagen, y por consecuencia, a tener un mayor desenvolvimiento ante una audiencia, lo cual es una valiosa ventaja para el futuro.

Sin embargo, aunque se le ha considerado como material de calidad en contenido, lo cual no se pone en duda, carece de ciertos detalles pedagógicos que no se ajustan a las necesidades y deseos de los estudiantes.

Por último, cabe resaltar que la UMA ha desempeñado una importante labor dentro y fuera de la Facultad, estando siempre presente en la trayectoria del estudiante y en el mérito del profesionalista.

# A N E X O S

# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

## FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN



Buenos días compañero universitario, el siguiente sondeo esta enfocado a obtener información sobre el apoyo que la Unidad de Métodos Audiovisuales ha brindado a los alumnos de las carreras de Administración, Contaduría e Informática, que cursan el décimo semestre.

Nombre: \_\_\_\_\_  
Edad: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_  
Carrera: \_\_\_\_\_ Semestre: \_\_\_\_\_

### *CUESTIONARIO*

1. ¿Qué opinas del material audiovisual con el que cuenta la Facultad?

---

---

---

2. ¿Lo has usado alguna vez?

Si

No

3. ¿Qué beneficios tanto profesionales como personales encuentras en este material?

---

---

---

4. ¿Lo consideras adecuado para un joven universitario?

Si

No

¿por qué?

---

---

---

5. alguna vez, ¿han tomado en cuenta tu opinión para la realización de este material?

Si

No

6. ¿Cómo te gustaría que fuera este material?

---

---

---

7. ¿Qué opinas del circuito cerrado?

---

---

---

8. ¿Con qué frecuencia te detienes a observar los monitores?

Frecuentemente

Ocasionalmente

Nunca

9. ¿Qué te gustaría que se transmitiera por medio de este?

---

---

---

10. ¿Cuál de las dos siguientes es la encargada de realizar el material audiovisual que se maneja en la Facultad?

TV UNAM

La Unidad de Métodos Audiovisuales de la FCA

11. ¿Conoces la función de la Unidad de Métodos Audiovisuales?

Si

No

¿cuál es?

---

---

---

***GRACIAS POR TU COLABORACIÓN***













P	5			6			7			8			9			1			0														
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3															
N/C																																	
1			X																	X													
2			X																	X													
3			X																	X													
4			X																	X													
5			X																	X													
6			X																	X													
7			X																	X													
8			X																	X													
9			X																	X													
10			X																	X													
11			X																	X													
12			X																	X													
13			X																	X													
14			X																	X													
15			X																	X													
16			X																	X													
17			X																	X													
18			X																	X													
19			X																	X													
20			X																	X													
21			X																	X													
22			X																	X													
23			X																	X													
24			X																	X													
25			X																	X													
26			X																	X													
27			X																	X													
28			X																	X													
29			X																	X													
30			X																	X													
31			X																	X													
32			X																	X													
33			X																	X													
34			X																	X													
SUBT	0	2	32	0	0	25	2	4	1	2	0	3	3	14	2	3	4	5	0	0	5	28	1	0	2	21	3	6	0	1	3	27	3

T A B U L A C I Ó N

P	5			6			7			8			9			10																	
	1	2	3	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6															
N/C																																	
35		X																															
36			X																														
37																																	
38		X																															
39			X																														
40			X																														
41			X																														
42		X																															
43		X																															
44		X																															
45		X																															
46		X																															
47		X																															
48			X																														
49		X																															
50		X																															
51			X																														
52		X																															
53			X																														
54		X																															
55		X																															
56		X																															
57		X																															
58		X																															
59		X																															
60		X																															
61		X																															
62		X																															
63		X																															
64		X																															
65		X																															
66		X																															
67		X																															
68		X																															
69		X																															
70		X																															
71		X																															
72		X																															
73		X																															
74		X																															
75		X																															
76		X																															
77		X																															
78		X																															
79		X																															
80		X																															
81		X																															
82		X																															
83		X																															
84		X																															
85		X																															
86		X																															
87		X																															
88		X																															
SUBT	0	4	30	3	1	19	1	2	2	6	6	2	2	10	0	4	1	2	7	1	4	24	5	8	4	12	3	4	3	6	4	24	0

T A B U L A C I Ó N





P	5				6				7				8				9				10												
	1	2	3		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
N/C																																	
137			X							X																							
138			X																														
139		X																															
140			X																														
141		X																															
142			X																														
143			X																														
144			X																														
145			X																														
146		X																															
147			X																														
148			X																														
149			X																														
150			X																														
151			X																														
152			X																														
153			X																														
154			X																														
155			X																														
156			X																														
157			X																														
158			X																														
159			X																														
160			X																														
161			X																														
162			X																														
163		X																															
164			X																														
165			X																														
166			X																														
167			X																														
168		X																															
169			X																														
170			X																														
SUBT	1	4	29	3	1	20	1	4	2	3	4	6	1	14	1	1	0	3	4	0	5	24	5	4	1	14	4	10	1	4	6	22	2

# T A B U L A C I Ó N





P	1			1					
	1	2	3	1	2	3	4	5	6
N/C									
35			X						
36			X						
37			X						
38			X						
39			X						
40			X						
41			X						
42			X						
43			X						
44	X								X
45			X						
46			X						
47			X						
48		X				X			
49	X			X					
50		X							X
51			X						
52			X						
53			X						
54			X						
55			X						
56			X						
57			X						
58			X						
59			X						
60			X						
61			X						
62	X					X			
63			X						
64		X			X				
65			X						
66			X						
67			X			X			
68			X						
SUBT	3	3	28	1	2	3	0	0	2

T A B U L A C I Ó N

P	1								
	1	2	3	1	2	3	4	5	6
N/C									
69		X							
70			X						
71			X						
72			X						
73			X						
74			X						
75			X						
76			X						
77		X			X				
78			X						
79			X						
80			X						
81			X						
82			X						
83			X						
84			X						
85			X						
86			X						
87		X				X			
88			X						
89			X						
90			X						
91			X						
92			X						
93			X						
94			X						
95		X				X			
96			X						
97			X						
98			X						
99			X						
100			X						
101			X						
102			X						
SUBT	0	3	31	0	1	2	0	0	0

T A B U L A C I Ó N

P	1						6
	1	2	3	1	2	3	
N/C							
103			X				
104			X				
105			X				
106			X				
107			X		X		
108			X				
109			X				
110			X				
111	X						
112		X			X		
113			X				
114			X				
115			X				
116			X				
117			X				
118			X				
119			X				
120			X				
121			X				
122			X				
123			X				
124			X				
125			X				
126			X				
127			X				
128			X				
129			X				
130			X				
131			X				
132			X				
133			X				
134			X		X		
135			X				X
136			X				
SUBT	1	4	29	0	1	2	0
							1
							0

T A B U L A C I O N

P	1 1											
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	6
N/C			X									
137			X									
138			X									
139			X									
140			X									
141			X									
142			X									
143			X									
144		X				X						
145		X				X						
146			X									
147		X								X		
148		X				X						
149		X				X						
150			X									
151			X									
152			X									
153		X				X						
154			X									
155			X									
156			X									
157			X									
158			X									
159		X				X						
160			X									
161			X									
162		X				X						
163			X									
164			X									
165			X									
166			X									
167			X									
168			X									
169			X									
170			X									
SUBT	0	8	26	0	4	3	0	4	3	0	1	0

T A B U L A C I Ó N

P	1			1			1		
	1	2	3	1	2	3	4	5	6
N/C	1			1					
171			X						
172		X				X			
173			X						
174			X						
175			X						
176			X						
SUBT	0	1	5	0	0	1	0	0	0
TOT	4	26	146	1	11	13	1	3	2

# T A B U L A C I Ó N

PREGUNTA	OPCIONES	TOTAL
EDAD	2	
PERSONAS	16	176
PORCENTAJE	9	100

PREGUNTA	OPCIONES	TOTAL
SEXO	2	
PERSONAS	53	176
PORCENTAJE	30	100

PREGUNTA	OPCIONES							SUBTOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	
1	1	2	3	4	5	6	7	
PERSONAS	1	10	1	18	67	27	29	153
PORCENTAJE	1	6	1	10	38	15	16	87

PREGUNTA	OPCIÓN	TOTAL
1	8	
PERSONAS	23	176
PORCENTAJE	13	100

**P O R C E N T A J E S**

PREGUNTA	O P C I O N E S			TOTAL
	1	2	3	
PERSONAS	0	174	2	176
PORCENTAJE	0	99	1	100

PREGUNTA	O P C I O N E S								TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	
PERSONAS	0	10	96	50	5	8	7	176	
PORCENTAJE	0	6	55	28	3	5	4	100	

PREGUNTA	O P C I O N E S			TOTAL
	1	2	3	
PERSONAS	3	131	42	176
PORCENTAJE	2	74	24	100

PREGUNTA	O P C I O N E S						TOTAL
	1	2	3	4	5	6	
PERSONAS	11	52	8	19	8	6	128
PORCENTAJE	9	41	6	15	6	5	100

P O R C E N T A J E S

PREGUNTA	O P C I O N E S					TOTAL
	1	2	3	4	5	
4 (NO)	1	2	3	4	5	6
PERSONAS	0	13	3	2	23	7
PORCENTAJE	0	27	6	4	48	15
						48
						100

PREGUNTA	O P C I O N E S		TOTAL
	1	2	
5	1	2	3
PERSONAS	2	23	151
PORCENTAJE	1	13	86
			176
			100

PREGUNTA	O P C I O N E S					TOTAL
	1	2	3	4	5	
6	1	2	3	4	5	7
PERSONAS	14	4	97	8	25	21
PORCENTAJE	8	2	55	5	14	4
						12
						176
						100

## P O R C E N T A J E S

PREGUNTA	O P C I O N E S				SUBTOTAL
	1	2	3	4	
7	1	2	3	4	5
PERSONAS	27	17	6	72	6
PORCENTAJE	15	10	3	42	3
					128
					74

PREGUNTA	O P C I O N E S				SUBTOTAL	TOTAL
	6	7	8	9		
7	6	7	8	9		
PERSONAS	11	5	11	21	48	176
PORCENTAJE	6	3	6	12	27	100

PREGUNTA	O P C I O N E S				TOTAL
	1	2	3	4	
8	1	2	3	4	
PERSONAS	1	24	128	23	176
PORCENTAJE	0,6	14	73	13	100

PREGUNTA	O P C I O N E S				TOTAL
	1	2	3	4	
9	1	2	3	4	5
PERSONAS	22	9	84	22	34
PORCENTAJE	13	5	48	13	19
					6
					5
					176
					100

## P O R C E N T A J E S

PREGUNTA	O P C I O N E S			TOTAL
10	1	2	3	4
PERSONAS	20	20	131	5
PORCENTAJE	11	11	74	3
				176
				100

PREGUNTA	O P C I O N E S			TOTAL
11	1	2	3	
PERSONAS	4	26	146	176
PORCENTAJE	2	15	83	100

PREGUNTA	O P C I O N E S						TOTAL
11 (SI)	1	2	3	4	5	6	
PERSONAS	1	11	13	1	3	2	31
PORCENTAJE	3	35	42	3	10	6	100

**P O R C E N T A J E S**

## B I B L I O G R A F Í A

Acosta Magdalena, Dávalos, Federico. Televisión Universitaria. (La UNAM y la TV: 1950-1984). Cuaderno de Comunicación número 3-1986. Tomo I. Centro de Estudios de la Comunicación División de Estudios de Posgrado, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, Ciudad Universitaria 1986, 213 p.

Consejo del Sistema Nacional de Educación Tecnológica. SEP/COSNET. La televisión educativa en México. Dirección de Comunicación Social del COSNET, subdirección de publicaciones, México 1985, 90 p.

Cooms, Charles I. Ventana al mundo. Cómo se producen los programas de televisión. Editorial Hispano-Americana, primera edición, México 1968, 102 p.

Coordinación de Difusión Cultural. Dirección General de televisión universitaria 1989-1992. Difusión Cultural UNAM, s/f.

Coordinación de Difusión Cultural. Dirección General de televisión universitaria 1993-1997. Difusión Cultural UNAM, México 1993, 64 p.

Corral Corral, Manuel. La ciencia de la comunicación en México. Origen, desarrollo y situación actual. Editorial trillas, tercera edición, agosto de 1994, 139 p.

Dale, Edgar. Métodos de enseñanza audiovisual. Editorial Reverté Mexicana, S.A., segunda edición, 1962, 573 p.

Decaigny, T. La tecnología aplicada a la educación. Un nuevo enfoque de los medios audiovisuales. Editorial El Ateneo, segunda edición, Buenos Aires 1978, 178 p.

De korte, D.A. La televisión en la educación y la enseñanza. Paraninfo, Madrid 1969, 245 p.

Ferrer, Eulafio. La publicidad. Editorial trillas, cuarta edición, México 1990, 294 p.

Gómez Mont, Carmen. El desafío de los nuevos medios de comunicación en México. Editorial Amic-Diana, primera edición, diciembre 1992, 180 p.

González Treviño, Jorge. Televisión y comunicación. Un enfoque teórico-práctico. Editorial Alhambra Mexicana, S.A. de C.V., primera edición, 1994, 277 p.

Gordon N., George. Televisión educativa. Editorial Hispano-Americana, primera edición, 1966, 288 p.

Michel, Guillermo. Para leer los medios. Prensa, radio, cine y televisión. Editorial trillas, primera edición, México 1990, 236 p.

Mier Raymundo, Piccini, Mabel. El desierto de espejos. Juventud y televisión en México.

Plaza y Valdés Editores, primera edición, 1987, 358 p.

Montoya Alberto, Del Campo Martín, Rebeil Corrella María Antonieta. Televisión y enseñanza media en México. El caso de la Telesecundaria. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México 1983, 206 p.

Pierre Albert, André Jean Tudesq. Historia de la radio y la televisión. Fondo de Cultura Económica, primera edición, México 1982, 176 p.

Quijada Soto, Miguel Angel. La televisión: análisis y práctica de la producción de programas. Editorial trillas, primera edición, México 1986, 109 p.

Robbins, Stephen P. Administración. Teoría y Práctica. Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A., México 1987, 560 p.

Salas, R. Televisión en negro y en color. Editorial Santillana, primera edición, Madrid 1969, 101 p.

Sarramona, Jaume. Tecnología educativa. (Una valoración crítica). Ediciones Ceac., primera edición, marzo 1990, 115 p.

## **H E M E R O G R A F Í A**

El Universal. "El superpoder de las telenovelas". Carlos Monsivais, 27 de septiembre de 1998, Primera Sección 7.

La Jornada. "Convenio entre la SEP y Televisa para producir nueva barra educativa". Karina Avilés, 29 de octubre de 1998, Sociedad y Justicia 46.