



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

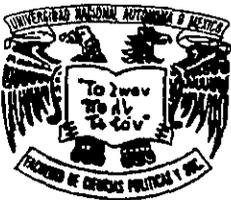
“TELEVISION UNIVERSITARIA: HISTORIA,
ESTRUCTURA Y ANALISIS DE SUS OBJETIVOS
AL FINAL DEL SIGLO”

T E S I N A
PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION
P R E S E N T A :
NORA SUAREZ VEGA

DIRECTORA DE TESINA:

LIC. NORMA PATRICIA MALDONADO REYNOSO

JULIO, 2000



282001



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.

*Este trabajo esta dedicado muy especialmente a mi Mamá, **Ma. De la Luz Vega**, en homenaje a tu amor y dedicación.*

*En recuerdo a mi Papá, **Juan Suárez**..*

Con agradecimiento y amor a Elvia Vega.

*Para **Antonia**, la pequeña **Andrea** y **Fabiola**, con todo mi cariño.*

*Para ti **José Antonio**, por tu apoyo y amor, porque sellaste esta etapa y la hiciste la más especial. Gracias.*

*Para ti **Cristina**, porque a pesar de la distancia, sé que estas conmigo.*

*Gracias **Jacobo**, **Alejandrina**, **Astrid**, **Mauricio**, **Alfonso** y a **Anabel** por hacer de esta última etapa, la más divertida.*

*A la familia **Becerra**, por su paciencia y comprensión.*

A todos y a cada uno, mil gracias por estar aquí.

INDICE

INTRODUCCION	4
Capítulo 1: TELEVISION UNIVERSITARIA	
1.1 Origen de Televisión Universitaria	8
1.2 Coordinación de Difusión Cultural y su relación con Televisión Universitaria.	24
1.3 Funciones de Televisión Universitaria.	26
1.4 Estructura de Televisión Universitaria	29
Capítulo 2: ANALISIS DE LOS OBJETIVOS DE TELEVISION UNIVERSITARIA	
2.1 Objetivos principales para los que se creó Televisión Universitaria y sus modificaciones más importantes a través de su desarrollo.	42
2.2 Objetivos de TV UNAM durante los cuatrienios 1993-1996 y 1997-2000.	51
Capítulo 3: ESTUDIO DE CAMPO	
3.1 Análisis de los objetivos de TV UNAM en los cuatrienios 1993-1996 y 1997- 2000.	53
3.2 Metodología de la investigación.	59
3.3 Revisión de objetivos	62
CONCLUSIONES	79
BIBLIOGRAFIA.	84

INTRODUCCION

La presente investigación nació como una inquietud al realizar mi servicio social en Televisión Universitaria, tiempo que me permitió observar ciertas premisas que me impulsaron a conocer más sobre la institución, sobre todo en el sentido de su fundación y porque siendo alumna de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, ubicada precisamente enfrente de TV UNAM, conocía muy poco sobre ella, a pesar de estudiar la carrera de Ciencias de la Comunicación, contrario a lo que debía ser, tener un contacto constante y directo con la institución.

De esta manera al verme involucrada directamente con TV UNAM, surgieron una serie de inquietudes, primero conocer su historia y segundo como se ha desarrollado a lo largo de la vida de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Con la llegada de la televisión en 1950, a nuestro país, se abrieron nuevos horizontes para los medios de comunicación y la Universidad Nacional Autónoma de México no podía pasar por alto. Durante el rectorado del Doctor Luis Garrido fue transmitido por primera vez un video didáctico, dicho evento provocó la inquietud entre docentes de la Facultad de Medicina para utilizar este recurso como apoyo académico.

En ese mismo año se crearon DIDACTA, A.C., una organización civil que desde 1969 operaba por iniciativa de las Facultades de Química y Medicina, así como CLATES (Centro Latinoamericano de Tecnología Educativa para la Salud) organismo en el que participaban universitarios especialistas, con el objetivo de lograr la educación

audiovisual. Ambas dependencias coordinaron la producción audiovisual, apoyando a la docencia como a la difusión de la cultura dentro y fuera de la Universidad Nacional.

Posteriormente para 1973 se creó la Dirección General de Divulgación Universitaria, dependiente de la Rectoría, con lo que las actividades de radio y televisión pasaron a control de ella, apartando a la Dirección General de Difusión Cultural del trabajo televisivo y que posteriormente se convirtió en Radio UNAM.

El 5 de enero de 1977, por acuerdo también del Doctor Soberón se creó el Centro Universitario de Producción de Recursos Audiovisuales (CUPRA). Este centro recibió equipo y personal de la asociación civil llamada DIDACTA. Fue hasta 1987 que se crea la Dirección General de Televisión Universitaria, heredando equipo y personal técnico de CUPRA. En mayo de 1988 se inauguraron las actuales instalaciones de TV UNAM y desde 1989 forma parte de la Coordinación de Difusión Cultural.

Para la realización de la investigación se plantearon los siguientes objetivos:

1. Actualizar la información referente a la historia de Televisión Universitaria.
2. Dar a conocer el objetivo por el que fue creada la Dirección General de Televisión Universitaria.
3. Describir la estructura de televisión universitaria.
4. Analizar de los objetivos durante el cuatrienio 1993-1996.
5. Describir los factores que intervienen en el cumplimiento de los objetivos de TV UNAM.
6. Determinar si Televisión Universitaria está cumpliendo con el objetivo que originalmente provocó su fundación, a través de su plan de trabajo 1997-2000.

7. Identificar las variantes que han sufrido los objetivos de Televisión Universitaria a través de los cuatrienios 1993-1996 y 1997-2000.

En la presente investigación trabajé, como primer punto, la investigación documental obligatoria, así como una investigación de campo, utilizando para ello los siguientes instrumentos de recolección de datos:

Entrevistas. Esta técnica fue utilizada para determinar cuántos y qué tipo de miembros de la institución, conocen o desconocen los objetivos de Televisión Universitaria, de modo que los resultados arrojados permitieron determinar si las hipótesis planteadas fueron correctas o incorrectas.

Cuestionarios. Como apoyo para las entrevistas, ayudaron a obtener de manera más detallada el por qué conocen o no, los objetivos de Televisión Universitaria. Obteniendo de esta manera algunos de los factores del fenómeno.

Sin embargo, y a pesar de la realización del proyecto de investigación, ésta se vio afectada por la poca bibliografía existente sobre Televisión Universitaria, la mayoría de esta fue obtenida de informes anuales, algunos cuadernos editados por la Facultad de Ciencias Políticas, artículos publicados en Gaceta UNAM y entrevistas a directivos de la institución.

La tesina abarca en su primer capítulo el origen de Televisión Universitaria, su historia, misión y estructura, para continuar, en el segundo capítulo, con los objetivos de TV UNAM, modificaciones y un análisis de los mismos, correspondientes al cuatrienio 1993-1996 y 1997-2000. El capítulo tres presenta una investigación sobre los objetivos

principales de TV UNAM y un estudio de campo que aportó información precisa sobre el personal de TV UNAM, respecto a su identificación o desconocimiento de los objetivos 1993-1996 y 1997-2000, así como la metodología utilizada. Finalizando con conclusiones de la investigación.

De este modo se observa que Televisión Universitaria es uno de los principales medios de comunicación, al lado de Radio UNAM, con el que las distintas dependencias y facultades cuentan y ha contribuido notablemente a lo largo de su desarrollo logrando mejorar, no sólo el nivel académico, sino también propiciar coproducciones con institutos, coordinaciones y facultades, y así establecer una presencia directa y eficaz de la Universidad en la sociedad en general.

Por otro lado, la tesina contribuirá a dar a conocer cuándo y cómo surge Televisión Universitaria, además de añadirse a la escasa lista de fuentes bibliográficas que existen sobre TV UNAM, proporcionando un panorama actualizado sobre la institución.

Para los estudiantes y egresados de Comunicación, esta tesina se convierte en una ventana hacia la institución, ya que la gran mayoría de los estudiantes se mantienen al margen de esta televisora, sin considerarla como una de las mejores opciones con que cuenta esta carrera para practicar y actualizar sus conocimientos sobre medios audiovisuales.

La Televisión Universitaria (TV UNAM), como productora de televisión en la U.N.A.M., pretende vincular a la comunidad universitaria, con la comunidad nacional, a través de sus programas de carácter científico y cultural.

CAPITULO 1

TELEVISION UNIVERSITARIA

1.1 ORIGEN DE TELEVISION UNIVERSITARIA

En el año de 1950 hizo su aparición en México la televisión como medio de comunicación, el cual, fue puesto en la mira por la Universidad Nacional Autónoma de México como apoyo a la docencia y a la extensión cultural. Apoyada en la nueva Ley Orgánica que había sido promulgada en diciembre de 1945, se iniciaba la etapa moderna y contemporánea de la *máxima casa de estudios*.

Un Congreso de medicina en México, transmitido desde el Hospital Militar en agosto de 1950, fue el pretexto ideal para que durante casi cuatro días, 5 mil médicos observaran una transmisión en vivo que pudo comprobar las enormes posibilidades que brindaba la televisión en la docencia. Al mismo tiempo nacía en México una de las empresas televisoras más importantes del país, inaugurando la XHTV Canal 4, de Televisión de México, S.A., presidida en ese momento por Rómulo O'Farril.

Semanas más tarde autoridades de Bienes Nacionales y el rector de la UNAM, el Dr. Luis Garrido (1948-1953) buscaron apoyo con diversas instituciones, obteniendo un financiamiento de 250 mil pesos para adquirir equipo de televisión. Desde entonces la Universidad buscaba ya la concesión de un canal abierto para transmitir. Así que se encomendó al Ing. Guillermo González Camarena la instalación de equipo televisivo, para que el 11 de octubre de 1951 se realizaran las primeras transmisiones con el equipo adquirido, convirtiéndose éstas en las primeras imágenes transmitidas a color de manera regular en nuestro país.

El equipo se utilizaba para transmitir a las aulas, desde intervenciones quirúrgicas hasta imágenes a través del microscopio. Entonces resultaba fácil recibir estas emisiones en cualquier lugar. Algunos años más tarde, la Escuela Nacional de Medicina se trasladaba a Ciudad Universitaria para ser dotada con equipo televisivo y se había pensado en la creación de un circuito cerrado de televisión para dicho lugar, lo que propició aún más el interés por la obtención de un espacio abierto de transmisión para la Universidad.

Durante su rectorado, el Dr. Luis Garrido expresó su gran interés por este nuevo medio, por lo que solicitó al entonces Secretario de Comunicaciones, el Sr. Agustín García López, la reservación de un canal para la Universidad Nacional. En un escrito realizado por el Sr. Raúl Cosío Villegas en noviembre de 1966¹ se mencionaba que dicha petición fue recibida con agrado por dicho secretario, a lo que fue indicado que se realizarán los trámites correspondientes, además de cubrir una fianza que garantizaba el interés de la Institución. Dicha fianza fue cubierta por la Universidad y depositada por el Dr. Garrido, por lo que se comenzaron a realizar presupuestos para la creación de un nuevo canal televisivo.

En 1952 por conducto del Lic. Horacio Labastida, titular de la Dirección General de Difusión Cultural, se obtuvo un presupuesto para la creación de este canal, que debería de operar en el Canal 13, de General Electric, S.A. de C.V. en marzo del mismo año. Ya los ánimos estaban muy candentes con la noticia por lo que Alejandro Quijano, jefe del Servicio de Radiodifusión de la UNAM, propuso una modificación en el nombre de dicho departamento, quedando así: *“Servicio de Radiodifusión y Televisión Universitario”*.

¹ Cosío Villegas, Raúl, “Informe sobre el Canal Universitario de Televisión”, citado en la revista *Progreso*, Núm. 342, 1983, México, pp. 48-51.

Era el último año del rectorado del Dr. Luis Garrido y para ese entonces la noticia de la obtención de un canal para la Universidad había llegado a todos lados. Desdichadamente no se cuenta con los documentos que confirmen el desarrollo del trámite para obtener una concesión comercial y no una cultural como era de esperarse. Magdalena Dávalos y Federico Acosta², hicieron una recolección de datos históricos de la televisión universitaria, en donde señalan con gran hincapié cómo es que la Universidad no siguió los trámites correspondientes a un canal cultural, para el que sólo se necesitaba un permiso otorgado por la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, en lugar de un canal comercial.

El Lic. Emilio Velasco Díaz, ex secretario particular del director de Telecomunicaciones dijo “Los trámites universitarios no superaron la etapa de reservación y quedaron pendientes la asignación y la concesión”³. Pero comenzaba un nuevo rectorado, encabezado por el Dr. Nabor Carrillo Flores (1953-1961). Durante su período las dependencias como la Escuela Nacional de Medicina y otras de la UNAM seguían trasladándose a la Ciudad Universitaria, siendo su principal preocupación que formaran parte definitiva de la Universidad, pero la concesión del canal seguía dándose por hecho, por lo que el Sr. O’Farril y Azcárraga mostraban gran interés por subarrendar el nuevo canal, ya que se verían beneficiados, pues ellos otorgarían un espacio de dicho canal a las transmisiones de la Universidad, pero sin instalaciones, sin embargo, la UNAM decidió ocupar el dinero conseguido en necesidades más apremiantes de la institución.

² Acosta, Magdalena y Dávalos, Federico, Televisión Universitaria, Col. Cuadernos de Comunicación 1 y 2, UNAM, F C P v S , México, 1985, 213 pp

³ C osío Villegas, Raul, reporte citado en Dávalos, Magdalena, Acosta, Federico, Televisión Universitaria, Colección Cuadernos de Comunicación, Núm. 3 F C P Y S , Ciudad Universitaria, 1986.

En 1954, la Secretaría de Comunicaciones *anuncia tener reservado dos canales, uno para el Instituto Politécnico Nacional y otro para la Universidad, pero mientras se definía la situación salieron al aire los primeros programas. Uno de ellos titulado “Información Profesional” de la UNAM, en el cual se entrevistaban a especialistas para dar a conocer aspectos importantes de la carreras universitarias, bajo la conducción de Henrique González Camarena. Los programas eran producidos por la Dirección General de Información, con el fin de prevenir el rápido crecimiento de la plantilla estudiantil.*

En 1960 la Facultad de Medicina era dotada nuevamente de equipo televisivo a color y en circuito cerrado, ubicada ya en sus nuevas instalaciones de Ciudad Universitaria. Concluyendo esta década, se contaba con una importante serie de programas televisados, así como con el cambio de nombre de Radio Universidad al de *Servicios Coordinados de Radio, Televisión y Grabaciones*, misma que dependía de la Dirección General de Difusión Cultural.

La Universidad había logrado integrar en las programaciones del canal 2, 4 y 5, cuatro medias horas semanales, sin embargo, el tiempo era pagado por la institución que para ese entonces disponía sólo de 600 mil pesos para cubrir esas necesidades. Durante ese mismo años, salió al aire el programa “Orientación Vocacional y Profesional” que era conducido por Emanuel Carballo y Jorge Derbéz, en donde además participaban los directores de las facultades e institutos, por otro lado, el 13 de marzo de 1960, salió al aire un programa especial titulado “La Publicaciones Universitarias”, una semana más tarde se transmitió una serie llamada “Teatro Universitario”. Esta serie era reflejo del gran interés que mostraban las autoridades de Difusión cultural, cuyo objetivo era afianzar a técnicos y actores de la Universidad, desafortunadamente salió del aire en noviembre de 1960. En abril de 1960

apareció “El cine en la Cultura”, programas de esencia cinematográfica con la participación de Nancy Cárdenas, Eduardo Elizalde y Manuel González Casanova, donde se comentaban fragmentos de material filmico. Según la Gaceta Universitaria, este programa es de “información y orientación cinematográfica”, basado en comentarios vivos, como breves exhibiciones selectas⁴.

Para agosto del mismo año surgió “Actualidades Universitarias”, que básicamente era un noticiero cultural con entrevistas a algunas personalidades. La serie “Problemas de la Juventud”, inició en junio de 1960, conducido por el Dr. Alfonso Millán, que dio inicio a las cátedras televisadas.

Durante el rectorado del Dr. Ignacio Chávez (1961-1965), los responsables de televisión universitaria eran: El Dr. Roberto Millán (Secretario General), el Dr. Luis Villoro (Secretario particular del Rector) y el Sr. Max Aub (Jefe de los Servicios Coordinados de Radio, Televisión y Grabaciones), así como la ratificación del Lic. Jaime García Terrés como director de Difusión Cultural.

El Sr. Max Aub reconocía el atraso en cuanto a medios de comunicación se reficra para la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, cuyas perspectivas para los egresados de la primera generación ubicada en Ciudad Universitaria (1959-1963), se mostraban complicadas, en virtud del crecimiento demográfico del país. Buscando nuevas alternativas para mejorar el sistema educativo, la Escuela de Odontología en agosto de 1964 inauguró un sistema de circuito cerrado de televisión. Mientras el Dr. Chávez mostraba una fuerte inquietud por un canal televisivo, ya que al parecer existía el visto bueno por parte del

⁴ “Filmoteca de la UNAM. Única memoria cinematográfica en México”, *Gaceta UNAM*, 9 de enero de 1984, Entrevista con Manuel González Casanova.

estado, lo que queda demostrado en un boletín de prensa de la Dirección General de Telecomunicaciones en julio de 1961, donde se expresaba claramente que dicha dirección contaba con los canales televisivos para ser otorgados a la Universidad Nacional y al Instituto Politécnico Nacional.

Por aquellos días el periódico “El Nacional”, publicó una nota que decía “[...] las estaciones culturales de televisión [...] no necesitan de concesiones para poder operar. Para iniciar sus actividades les basta con un permiso que les extiende la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. La obtención de esos permisos requiere, por parte de los interesados, el cumplimiento de trámites que son fáciles de llenar”⁵.

Mientras los trámites corrían el Presidente, Lic. Adolfo López Mateos, declaró que la Universidad contaba con la reservación del canal, sin embargo, la Universidad era quién debía hacerse cargo de los gastos, pues su gobierno, no contaba con los recursos para cubrir esta actividad.

Por otra parte, el domingo 12 de marzo de 1961 se reanudaron las transmisiones de “El Cine en la Cultura”, mientras que “Temas Médicos” se convertía en la continuación de “Problemas de la Juventud”. En la conducción es sustituido el Dr. Mario Lieberman por el Dr. Raúl Forunier, continuando su transmisión por el canal 4.

Es para 1963, que el Dr. Ignacio Chávez había conseguido un subsidio privado de 10 millones para equipar la estación televisiva, al mismo tiempo que inició la gestión de un empréstito de 5 millones de dólares a Chemical Bank, que para 1964 aprobó dicho

⁵ El Nacional, 3 de julio de 1961, citado en Dávalos, Magdalena, Acosta, Federico, Op cit. p. 86

empréstito. La situación parecía de juego, pues a pesar de obtener capital, la Universidad no contaba con la concesión del canal, y entonces ocurrió que el 31 de enero de 1963 se lanzaba una nueva convocatoria a los interesados en la adquisición de este canal. Como era de esperarse las empresas interesadas se apoyaron ante la Suprema Corte de Justicia. El empréstito tuvo que ser utilizado en la adquisición de equipo de laboratorio y de oficina.

En 1963, la Universidad tuvo al aire seis series transmitidas en un total de 35 hrs., a la semana: "El destino del espectador", "Figuras de México", "Las Artes", "La Semana en la Historia", "La Revolución" y "Cine en la Cultura". En 1964 se transmitieron algunos programas sobre artes, ciencia e historia.

Con algunas variaciones de forma y contenido se continuó con la transmisión de "Actualidades Universitarias", el noticiero cultural que estaba a cargo de J. Vicente Melo y era transmitido por el canal 5.

Apareció también "Literatura Contemporánea", programa semanal que permaneció unos meses en canal 5, así como "Información Universitaria", que tenía por objetivo orientar al estudiantado sobre los procedimientos de inscripción y otros.

Más tarde (1966-1970) el Ing. Javier Barros Sierra mostró el mismo interés que su antecesor, sin embargo en 1968, se abandonaron los pocos espacios logrados al aire, por lo que la cátedra televisada y el apoyo académico se quedaron sólo en los circuitos cerrados de algunas de las facultades.

Mientras tanto, el rector Barros Sierra dirigía una profunda reforma académica (siempre dispuesto a resolver los problemas del estudiantado), sin embargo, se le hizo también la entrega de un informe sobre gestiones del canal.

Al intentar superar el sistema de enseñanza se creó en junio de 1969, el Centro de Didáctica, una organización civil que operaba por iniciativa de las Facultades de Química y Medicina, así como *CLATES* (Centro Latinoamericano de Tecnología Educativa para la Salud), organismo en el que participaban universitarios especialistas con el objetivo de lograr la educación audiovisual. Ambas dependencias coordinaron la producción audiovisual, apoyando a la docencia como a la difusión de la cultura dentro y fuera de la Universidad Nacional.

Concluido el rectorado del Ing. Barros Sierra, el Dr. Pablo González Casanova tomó la rectoría que sólo duró del 2 de mayo de 1970 al 17 de noviembre de 1972, ya que renunció al no poder resolver el conflicto con el sindicato de trabajadores y empleados de la UNAM.

De las series producidas en 1971 destacaron la información y los aspectos promocionales, ya que se pensaba en presentar una imagen positiva de la Universidad, la cual era atacada por los medios de comunicación. La primera de estas series titulada "Proyección Universitaria", consistía en la presentación de entrevistas sobre distintos temas, transmitido en vivo con teléfonos en el estudio.

Entre sus colaboradores más cercanos al nuevo rector, y que participaron notablemente en la televisión universitaria estaban: Dr. Leopoldo Zea (Director General de Difusión Cultural), Lic. Gustavo Carvajal Moreno (Dirección General de Información), Alfonso Bernal Sahagún

(Dir. General del Centro Didáctica); Lic. Jorge Moreno Collado (Secretaría de la Rectoría) y Manuel Barquín Álvarez (Secretaría Particular)

Por otra parte el 9 de febrero de 1972, fue creado el organismo llamado *Consejo Técnico de Radio y Televisión*, el cual tenía por objetivo; estudiar y dictaminar los proyectos e iniciativas sobre programas de radio y televisión a cargo de la Dirección General de Difusión Cultural, así como planear y coordinar las emisiones internas y externas de dichos programas.

Los integrantes de dicho consejo eran: el Dr. Guillermo Soberón, el Dr. Leopoldo Zea, el Dr. Rubén Bonifaz Nuño (Coordinadores de Ciencias y Humanidades), el Dr. Miguel León Portilla (presidente de la Comisión de Difusión Cultural del Consejo Universitario), Jorge Llanes (Secretario del Consejo) y Eduardo Elizalde (Departamento de Radio, Televisión y Grabaciones de la DGDC).

En 1972 aparecieron cuatro series más: “Mensaje”, “Debate de la Imagen”, “Bienvenido a su Casa”, y la temporada de conciertos universitarios, desafortunadamente a partir de la renuncia del rector Casanova, estas producciones desaparecen definitivamente.

Para 1973 durante el rectorado del Doctor Guillermo Soberón, y como resultado del proyecto para el fortalecimiento del poder de la Rectoría, donde la Universidad se dividió en varios subsistemas, y que junto con la modificación al art. 3º Constitucional, se reconoce la autonomía de las universidades, así como la normatividad de las relaciones laborales de las instituciones con sus trabajadores académicos y administrativos, se creó la Dirección General de Divulgación Universitaria, dependiente de la Rectoría, con lo que las actividades

de radio y televisión pasaron a control de ella, apartando a la Dirección General de Difusión Cultural del trabajo televisivo y que posteriormente se convirtió en Radio UNAM.

Durante los siguientes años no se produjo ningún tipo de programa, sólo se transmitían algunos partidos clásicos de fútbol o las series de “Filmoteca de la UNAM” y “Problemática Nacional”. Fue hasta 1976 que Fundación Cultural Televisa, a través de un convenio inició la transmisión de la serie “Introducción a la Universidad” que fijaba su meta en presentar al público *de una forma amena la cultura universal*.

El 5 de enero de 1977, por acuerdo también del Doctor Soberón se creó el Centro Universitario de Producción de Recursos Audiovisuales (CUPRA). Este centro recibió equipo y personal de la asociación civil llamada *DIDACTA*.

Para finales de 1983 este centro había realizado 142 programas entre los más importantes figuran “Filmoteca de la UNAM”, que presentaba ciclos de películas con mesas redondas para su crítica. “Actualidades Universitarias”, informativo sobre las actividades de la Universidad, “Nuestros Amigos” y “Universidad en Marcha”, que ofrecían un homenaje a profesores distinguidos.

En 1985 durante el periodo del Dr. Jorge Carpizo se decidió la unión entre *CUPRA* (Centro Universitario de Producción de Recursos Audiovisuales) y divulgación Universitaria, que había transmitido hasta ese fecha sus producciones en convenio con Televisa, y fue así como nació en 1987, la Dirección General de Televisión Universitaria bajo el rectorado del Dr. José Sarukán Kermez, desapareció la *Coordinación de Comunicación Universitaria* y el

equipo y personal de Televisión Universitaria, paso a formar parte de la *Coordinación de Difusión Cultural*.

Para el 19 de mayo de 1988, la Dirección General de Televisión Universitaria (TV UNAM) estrenó sus nuevas instalaciones ubicadas en el costado oriente de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales que contaban con un edificio de tres pisos, con una superficie de 4 mil metros cuadrados y además con 5 estudios y una videoteca, así como salas de producción y post-producción.

Los primeros cuatro años de TV UNAM fueron muy difíciles, ya que la incorporación de CUPRA y Divulgación Universitaria se vio afectada por los constantes cambios de directores. Estos provenían de Imevisión, Televisa y la Procuraduría General de la República, pero con los continuos movimientos no se lograba consolidar a TV UNAM como una institución bien definida en sus principios. Así que una de las labores iniciales fue la elaboración de objetivos y marco teórico que dirigiera durante esos 4 años la Dirección General de Televisión Universitaria, apoyados por especialistas en la rama de la televisión y en conjunto con sus directivos.

Se elaboró un organigrama para cubrir los objetivos planteados (infra Cap. 2). Se abrieron nuevas plazas y se crearon nuevas áreas, se definieron funciones, se diseñaron formas administrativas y se organizaron las áreas de apoyo: Programación, comercialización, videoteca, servicios a la producción, cómputo, administración, área técnica y vigilancia.

Para llevar a cabo todas estas funciones adecuadamente era necesario analizar y decidir acciones a ejecutar por lo que se creó el Consejo Interno de Administración y Planeación

(CIPA) lo que permitió evaluar, y dar seguimiento a los objetivos y planes de trabajo. Para mantener un control de resultado se pensó en el Departamento de Organización y Control, que era el encargado de capturar los datos obtenidos a través de informes mensuales. Y fue entonces como de 1985 a 1991 se produjeron y transmitieron 4 mil programas de series como: “Desde la Universidad”, “Escuelas y Facultades”, “Deportemas UNAM”, “Tiempo de Filmoteca”, “Goya Universidad”, “Presencia Universitaria”, “Humanum Est”, “Lo Mejor de la Presencia Universitaria”, “Realidad y Perspectiva”, “Premio Universidad” y “Prisma Universitario”.

En septiembre de 1988 TV UNAM participó en la operación del circuito cerrado de televisión universitaria que televisaba los “Seminarios Universitarios”, junto con la Facultad de Medicina que presentaba temas de interés para la medicina y sus especialistas.

Para el desempeño de sus actividades la Dirección General de Televisión Universitaria creó cuatro subdirecciones: Producción, Comunicación, Planeación y Control, difusión y Desarrollo y Técnica. Para el cuatrienio 1989-1992 la dependencia ya contaba con su plan de trabajo y 24 objetivos a cumplir, ahora podían calendarizar sus metas lo que ayudó a la Institución a ganar numerosos premios nacionales e internacionales.

En 1993 Televisión Universitaria estuvo nominada para el premio Julio Verne, otorgado por el Centro Nacional de la Investigación Científica de Francia. A pesar de que ganó cierto prestigio a nivel internacional, frente a televisoras europeas, el público mexicano desconoce la gran labor que realiza esta institución. Esto es en gran parte porque los pocos tiempos al aire con los que contaba en aquel tiempo y ahora son mencionados como tiempos de RTC, y

se ven sumamente perjudicados por la programación de la televisoras comerciales, ya que siempre son asignados los *tiempos muertos* para ellos.

En julio de 1993, se notifica el nombre de los compradores de canal 13, actualmente Televisión Azteca, por lo que se organizó una negociación con los directivos para mantener el tiempo aire en horarios diferentes y poder transmitir producciones nuevas, misma que se logró. En el mismo año se revisó el convenio con Televisa y se acordó con Canal 22 la partición de TV UNAM, una vez terminado el convenio con Televisa.

En 1994 se realizó una revisión de las plazas y puestos de confianza de la institución, con el fin de que dichos *empleados contribuyan a la realización de los objetivos para ese periodo* y en 1995 se reemplazó gran parte del equipo instalado, se remodeló uno de los estudios y se reequipó la unidad móvil.

En 1996 se consolidaron las relaciones con la comunidad universitaria ya que se incorporaron investigaciones y producciones con TV UNAM. Para 1997 las producciones de la institución abarcan una enorme área de interés, la divulgación científica, los temas políticos y análisis profundos, semblanzas, documentales y toda aquella manifestación artística.

TV UNAM ha destacado también en su participación con coproducciones con organismos universitarios, principalmente las realizadas con la Dirección General de Patrimonio Universitario, la dirección de Danza y Teatro, la Universidad Pedagógica y la Unidad de Televisión Educativa de la SEP.

Para 1998 podemos mencionar las co-producciones con organismos privados por ejemplo: Glaxo Wellcome, CNI Canal 40, Voxel S.A., entre otros, además de participar recientemente en la realización de programas con ACAT Films, una compañía francesa, el Instituto Cubano de Radio y Televisión, así como Radio y Televisión de Bélgica.⁶

Actualmente mantiene al aire 6 series: "UNAM Hoy" por Canal 13 y Canal 11. "Lo Mejor de TV UNAM", por Canal 13 de Red Edusat, "Cine Club de Maestros", en el Canal 15 de Red Edusat, "Moneros y Monitos" por Canal 22 y "Tiempo de Filmoteca" por Canal 9.

Para septiembre de 1999 se lanzaría un Canal Universitario de Televisión, de acuerdo con el Plan de Desarrollo para 1997-2000 de la Coordinación de Difusión Cultural. Dicho canal tendría una potencia de 50 watts, y sería el Canal 30 de la banda UHF, con una cobertura de 5 kilómetros. Esta banda ha sido autorizada para transmitir en el perímetro de ciudad Universitaria, según un informe proporcionado por la Subdirección de Planeación y Organización, con una posibilidad de enlazarse vía satélite con el Sistema EDUSAT y transmitir la señal del satélite HISPASAT y otros satélites extranjeros.

La misión de este canal es "ser un medio complementario que favorezca la formación integral del estudiante universitario, a través del apoyo a la docencia, la divulgación del esfuerzo universitario en materia de ciencias, humanidades y artes, la difusión de sus actividades en esta rama, en el deporte y los servicios a la comunidad; así como ser un instrumento en el desarrollo de los propios docentes y el personal administrativo."⁷

El target o público meta que pretende manejar este canal es principalmente una audiencia de 124,761 personas, de entre ellas 101,431 serán alumnos, 6,199 académicos y 17,131

⁶ <http://www.unam.mx>, UNAM, consultada en febrero de 1999.

⁷ Subdirección de Planeación y Organización, Anteproyecto Canal Universitario de Televisión, UNAM, marzo de 1999, p. 3

administrativos respectivamente. Abarcando desde la clase media baja a la clase alta, con un consumo cultural selectivo en búsqueda de alternativas.

El canal sería administrado y operado desde la Dirección General de Televisión Universitaria, quien establecería los mecanismos operativos para ordenar las solicitudes y ajustará las posibilidades de producción según las capacidades técnicas y presupuestales de la institución. Buscando además, la obtención de recursos extraordinarios para el mejoramiento de la estructura y ampliación de la producción.

La programación de este canal comprende tres barras que se equilibran para lograr su misión:⁸

- Barra 1. 7-8 hrs. **Formación Especializada**. Esta ofrece un espacio permanente para la transmisión de cursos y diplomados de carácter especializado que sea de interés para dos o más facultades de Ciudad Universitaria.
- Barra 2. 8-10 hrs. **Formación Básica**. Espacio permanente para la transmisión de cursos de formación básica aprovechables por todos los miembros de la comunidad universitaria, de interés general, tales como el inglés, el francés, redacción, introducción a la computación, matemáticas, además de torso; de modo que se convierta en un beneficio para la superación personal de los televidentes.
- Barra 3. 10-13 hrs. **Vinculación**. Ofrece a la comunidad en general, la divulgación de trabajos de la Universidad tanto en ciencias, humanidades como en arte. Este material será de breve duración y serán conducidos por dos o tres jóvenes seleccionados que contextualizarán los programas con el objeto de generar una programación coherente.

⁸ Subdirección de Planeación y Organización, "Anteproyecto de Canal para TV UNAM", TV UNAM, México, 1999. P. 5

Sin embargo, el proyecto de este canal se detuvo a causa del paro de labores de la Universidad, el pasado 20 de abril. A la fecha TV UNAM esta encargada de videograbar y transmitir las reuniones del Consejo Universitario con los paristas, pero su actividad normal no será recobrada hasta la solución del conflicto.

De esta manera la Dirección General de Televisión Universitaria ha permanecido a lo largo de su historia como uno de los principales apoyos técnicos con los que cuenta la comunidad universitaria y que abarca una enorme gama de áreas temáticas: la divulgación científica surgida de los centros de investigación universitarios; el análisis profundo y reflexivo de temas políticos, sociales y económicos; la difusión de expresiones artísticas en todas sus manifestaciones; biografías, semblanzas, crónicas históricas, documentales y ficción documentada; el colorido de las culturas populares y sus modos de expresión; la creación de modernos materiales de enseñanza en apoyo a la actividad docente, cursos, conferencias, seminarios y diplomados vía satélite a través de TV UNAM y un sin fin de programas de interés general para la comunidad universitaria y la sociedad en su conjunto. Constituida como una institución encargada de la difusión de todas las expresiones y el conocimiento dentro de Ciudad Universitaria conoceremos y analizaremos los objetivos con que hasta la fecha labora la dependencia, así como sus modificaciones más sobresalientes a lo largo de su desarrollo.

1.2 COORDINACIÓN DE DIFUSIÓN CULTURAL Y SU RELACIÓN CON TELEVISIÓN UNIVERSITARIA.

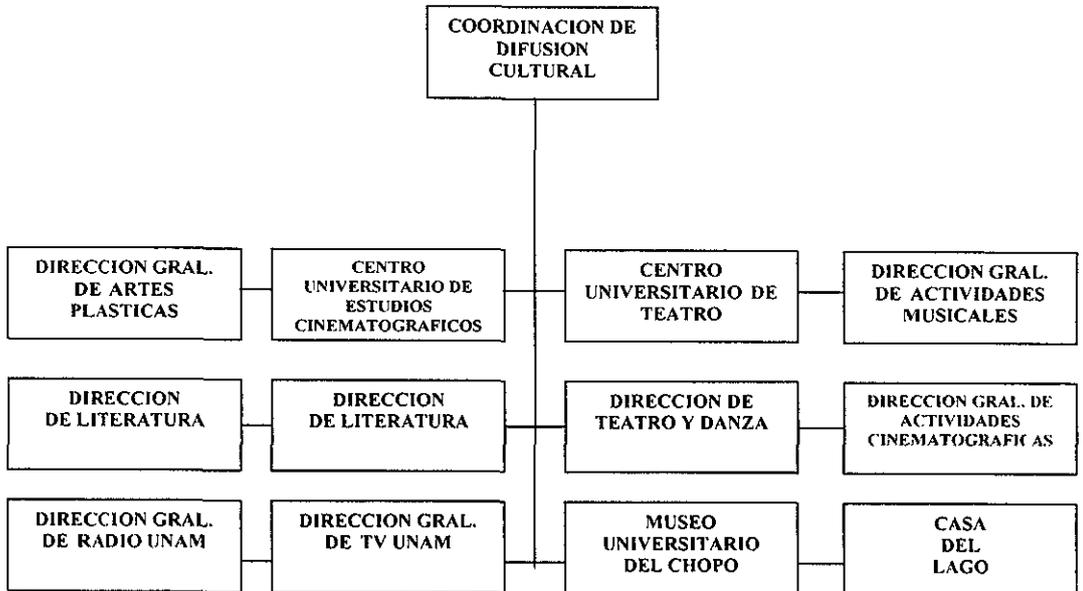
La Coordinación de Difusión Cultural (CDC), fue fundada en 1986 de modo tal que la Universidad contara con el organismo encargado de ampliar y extender los beneficios de la cultura a la máxima casa de estudios y a la sociedad en general.

Una de las funciones más importantes de la Universidad Nacional, es la difusión cultural, ya que debido a sus múltiples actividades la universidad desarrolla cine, conciertos, conferencias, ferias, exposiciones de pintura, etc. De este modo es el órgano responsable de apoyar las actividades culturales universitarias, además de impulsarlas con la docencia y la investigación.

Dicha coordinación busca permanentemente la integración de la docencia y la investigación, fomentando la participación de la comunidad universitaria en la tarea de la cultura.

La Coordinación de Difusión Cultural cuenta estructuralmente con dos Direcciones Generales de Medios de Comunicación: una es Radio UNAM y la otra, la Dirección General de Televisión Universitaria; además de la Dirección General de Actividades Cinematográficas y de Actividades Musicales, Dirección de Teatro y Danza y de Literatura, así como centros de extensión como el Centro de Enseñanza para Extranjeros, el Centro de Estudios Cinematográficos y el Centro de Iniciación Musical. El Centro de Investigación y Servicios Museológicos y tres centros de difusión: Casa del Lago, Musco Universitario del Chopo y el Departamento de Difusión Cultural.

ORGANIGRAMA DE LA COORDINACION DE DIFUSION CULTURAL



Fuente: www.unam.mx, UNAM, consulta en febrero de 1999

1.3 FUNCION DE TELEVISION UNIVERSITARIA

La televisión universitaria ha pasado por un largo proceso durante el cual, ha tenido que *modificar su misión (aunque no en esencia)*, de acuerdo al contexto histórico al que se enfrenta y sobre todo al enorme crecimiento de la comunidad universitaria

Desde sus inicios, la televisión, dentro de la universidad, había obtenido un objetivo, el apoyo a la docencia, sin embargo, no se había expresado como tal la misión que había adquirido el nuevo medio de comunicación dentro de la máxima casa de estudios. Fue el Dr. Nabor Carrillo durante su rectorado que hizo hincapié en la utilización de este medio, no sólo de apoyo académico para algunas Facultades, sino en general a la comunidad universitaria, de manera que sirviera para orientar y distribuir al estudiantado en las *diferentes escuelas y carreras*.

De este modo, la televisión universitaria adquiriría uno de sus primeros objetivos, la orientación vocacional y la difusión de las posibilidades que ofrecía la universidad. En este periodo de 1960 a 1964 la televisión cumplió con las siguientes funciones:

- "Difundir las actividades artísticas, incluyendo las realizadas por estudiantes.
- Orientación al estudiante.
- Difusión del pensamiento universitario a través de entrevistas con destacados intelectuales universitarios.
- Divulgación del conocimiento al público en general, sobre todo en asuntos culturales y artísticos (literatura, cine, música, personajes célebres, etc.) y temas de salud.

- En menor grado, noticieros y programas de actualidad con entrevistas a personajes de la política y en general de la vida nacional.
- Demostrar la capacidad de la Universidad para producir programas de televisión con miras a la obtención de una concesión para transmitir por su cuenta".⁹

En 1971 al igual que los inicios de la Ciudad Universitaria, se requería orientar a los egresados del nivel secundaria, las nuevas opciones de sistemas educativos, el CCH y la Universidad Abierta.

De esto modo la Televisión Universitaria estaba cumpliendo con la tercera función de la UNAM: La difusión del conocimiento y la cultura. Fue para la creación de la Dirección General de Televisión Universitaria que se definió que "la televisión se propone vincular a la Universidad entre sí y a la Universidad con la comunidad nacional a través de la producción, difusión y distribución de programas televisivos de carácter cultural, científico, informativo y de servicio a la comunidad que constituyan un brazo de extensión del conocimiento generado y concentrado en la Universidad, y también sean capaces de recoger y difundir la cultura, el conocimiento empírico y la sensibilidad de diferentes sectores de la población"¹⁰.

Televisión Universitaria ya constituida como una institución tiene como misiones específicas el desarrollar líneas temáticas de la producción videográfica, cuyo contenido y realización sea de alto nivel de calidad, a modo que su desarrollo permita la conservación del acervo videográfico y bibliográfico con el que cuenta la dependencia.

⁹ Dávalos, Magdalena y Acosta, Federico, Televisión Universitaria, Colección de Cuadernos de Comunicación, Núm. 3, F C P. y S., Ciudad Universitaria, 1986, p. 43

¹⁰ Dirección General de Televisión Universitaria, Informe Anual, UNAM, 1983, p. 3

La institución debe mantener el contacto permanente con organismos educativos y otras instituciones nacional y extranjeras, para lograr un intercambio tanto de material audiovisual como de conocimientos en materia de producción televisiva. Así como realizar estudios administrativos que mantengan actualizada a la organización, de acuerdo a sus objetivos y presupuestos.

Y sobre todo apoyar a la comunidad universitaria proporcionando "... servicios de apoyo técnicos, documentales y videográficos, mediante asesorías para adquisición e instalación de equipos, grabación y transmisión de eventos; consulta, préstamo y copiado de materiales hemerográficos y de video".¹¹

Es de este modo que la Universidad y ahora la Coordinación de Difusión Cultural han fijado metas muy específicas a la Dirección General de Televisión Universitaria, es aquí donde más adelante nos detendremos para analizar los objetivos por los que fue creada esta dependencia.

¹¹ Subdirección de Planeación y Organización, Manual de Organización de la Dirección Gral. de TV UNAM. 1ª V UNAM, Mexico, 1999, Cap. 1 s/p

1.4 ESTRUCTURA DE TELEVISION UNIVERSITARIA

A continuación se mostrará el Organigrama y estructura orgánica que de Televisión Universitaria comprende las siguientes áreas:

DIRECCION GENERAL. Que tiene como objetivo general "Administrar en forma racional y eficiente los recursos humanos, técnico-materiales y económicos-financieros de TV UNAM, con objeto de dirigir y coordinar la producción, programación y difusión de programas televisivos de carácter cultural, científico e informativo, a fin de vincular a la comunidad universitaria entre sí y a la comunidad nacional con las actividades y tareas de la Universidad colaborando así, en el cumplimiento de los objetivos de la UNAM".¹²

Además de cumplir con lo ya citado, la Dirección de TV UNAM debe cumplir con funciones como discutir y aprobar en conjunto con los coordinadores responsables de cada subdirección, así como jefes de departamento. De igual manera preside eventos importantes de la institución, recibe y canaliza las solicitudes de servicio que presentan otras dependencias universitarias y entidades externas. Pero sobre todo debe dar cumplimiento a las actividades que le encomiende la Coordinación de Difusión Cultural.

La Dirección General cuenta además con el apoyo directo de la *Secretaria Auxiliar* que tiene encomendado el desarrollo de actividades de carácter operativo, es decir, debe estar presente en todos los acuerdos y juntas a las que asista el director, a fin de tomar nota de todo lo acordado y efectuar el seguimiento de los mismos.

El secretario auxiliar debe canalizar a las Subdirecciones los trámites confidenciales que les corresponda realizar y llevar un control de avances de trámites pendientes que tenga la dirección.

¹² Ibidem, Cap. 1 s/p.

El siguiente nivel esta integrado por las Subdirecciones de Producción, Subdirección Técnica, Subdirección de Difusión y Vinculación, Subdirección de Planeación y Organización y la Subdirección de Enlaces Técnicos y Sistemas.

LA SUBDIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN "coordina, supervisa y controla la producción y realización de programas, eventos y series de televisión y vídeo de la Dirección General de TV UNAM."¹³

Esta subdirección en conjunto con la Dirección General marca los lineamientos que seguirá dicha subdirección, de modo que conforme los equipos de trabajo para producción, revisa y autoriza los presupuestos para cada producción e informa periódicamente a la Dirección General de los avances en las tareas encomendadas.

De la Subdirección de Producción dependen: la Coordinación de Producción Ejecutiva y a su vez de esta los departamentos de producción, Departamento de Producción de Barras Fijas y Eventos Especiales, así como el Departamento de Producción Ejecutiva.

COORDINACION DE PRODUCCION EJECUTIVA. Según el Manual de Organización "coordina y controla el Presupuesto Anual de Producción asignado,

¹³ Ibidem, cap. 1 s/p.

vigilando su óptimo aprovechamiento en cada una de las series y/o programas realizados por TV UNAM" ¹⁴.

Además esta Coordinación rechaza o aprueba los equipos de trabajo conformados por el jefe del departamento de producción. Presenta al comité de Evaluación propuestas de producción de programas recibidos y que sean congruentes con los objetivos establecidos en el Plan de Presupuesto Anual para la producción. Supervisa que se presten servicios de producción a los programas, así como revisar la propuesta de contratación de algunos servicios con los que no cuente la institución para los programas.

La Coordinación de Producción Ejecutiva informa mensualmente a la Subdirección de Producción sobre las actividades realizadas por las áreas que integran esta coordinación y asiste a las reuniones con los responsables de trabajo de la producción.

Por otro lado, el Departamento de Producción que depende de esta coordinación tiene por objetivo general "producir programas y series de televisión de carácter cultural, científico e informativo, generados principalmente de co-producciones con otras dependencias universitarias y/o dependencias externas, apoyando así la investigación, la docencia y extensión de la cultura a la comunidad universitaria y a la sociedad en general" ¹⁵.

Es de esta manera que junto con el Coordinador de Producción Ejecutiva se realizan los lineamientos que se seguirán en los planes de producción programados, asigna a cada proyecto nuevo un realizador y un productor responsable de la producción, además de vigilar las políticas y procedimientos establecidos por la Subdirección.

¹⁴ Ibidem, Cap. I s/p

¹⁵ Ibidem, Cap. I s/p

Elabora junto con productores y realizadores los planes de producción calendarizados y mantiene el control, así como el apoyo a los planes aprobados, manteniéndose en estrecho contacto con productores, realizadores y asistentes de producción para informar permanentemente al Area de Programación y Continuidad de los planes de producción, sus avances y finalización de los programas.

DEPARTAMENTO DE PRODUCCION EJECUTIVA. Este reporta directamente a la Coordinación de Producción Ejecutiva y se encarga de "autorizar y supervisar el presupuesto de producción de programas y eventos a realizar para llevar un control preciso de los costos de producción ejecutados por los productores y realizadores"¹⁶ .

El jefe de este departamento reporta los avances y de acuerdo con la Coordinación de Producción Ejecutiva desarrolla los lineamientos a seguir en los planes de producción programados, vigila que se apliquen correctamente las políticas y los procedimientos a la hora de realizar el presupuesto.

Este departamento se encarga también de proponer el tabulador de pago para el personal contratado por honorarios, tramita las contrataciones de personal y las solicitudes de recursos económicos para las producciones. Recibe de los productores comprobaciones y devoluciones de gastos, verificando que correspondan a los gastos programados.

La siguiente coordinación reporta también a la Subdirección de Producción:

¹⁶ *Ibidem*, Cap 4 s/p

COORDINACION DE DESARROLLO DE PROYECTOS, INVESTIGACION Y GUIÓN, que se encarga de "realizar el guión del programa a producir, cuando en cada caso, el manejo del lenguaje, la profundidad del tema y el estilo"¹⁷.

De esto modo, asigna a cada proyecto de programa un investigador y/o guionista, para que apoye con el contenido al productor, además de programar la fecha de finalización. Asiste a las reuniones de pre-producción y producción y realiza la investigación documental necesaria.

COORDINACION DE SERVICIOS PARA LA PRODUCCION, se encarga de "coordinar la prestación de Servicios a la producción, programando y optimizando los recursos materiales, técnicos y humanos, así como concertar aquellos con los que cuente la Dirección General de TV UNAM"¹⁸.

Esta coordinación identifica las necesidades prioritarias de los productores y realizadores, así como informar a la Subdirección de Producción de todas las actividades que se desarrollen en conjunto con las áreas que integran esta coordinación como lo son:

- 1) Departamento de Cámaras
- 2) Departamento de Post-Producción
- 3) Departamento de Estudios y Unidad Móvil

¹⁷ Ibidem, Cap. 4 s/p

¹⁸ Ibidem, Cap. 4 s/p.

DEPARTAMENTO DE CAMARAS. "Programa y controla la prestación de servicios de camarógrafos, asistentes de cámara y equipos portátiles para la grabación de imágenes de los eventos a cubrir o producir"¹⁹.

En este departamento se elabora la programación diaria de servicios de cámara, iluminación y equipo portátil, de acuerdo con las necesidades registradas por el productor. Periódicamente se revisa el estado del equipo, cámaras, accesorios, etc. de esta manera mantiene contacto permanente con el Departamento de Ingeniería para realizar el mantenimiento preventivo y correctivo del equipo.

DEPARTAMENTO DE POST-PRODUCCION. "programa y realiza los servicios de post-producción, copiado y estudios y unidad móvil solicitados por las áreas de producción de TV UNAM"²⁰.

Elabora la programación de los servicios, asigna tiempos al personal y los equipos de post-producción, así como la realización de reportes de los servicios que ofrece, diario, semanal y mensual.

La **SUBDIRECCION TECNICA** por su parte "optimiza los recursos técnicos y humanos de la Subdirección, así como proporcionar asesoría técnica de sistemas de televisión a las áreas de producción de TV UNAM, y a las Dependencias Universitarias que lo soliciten"²¹.

¹⁹ Ibidem, Cap. 4 s/p

²⁰ Ibidem, Cap 4 s/p.

²¹ Ibidem, Cap. 4 s/p

Además establece una relación muy estrecha con área de producción ya que debe cumplir con sus necesidades y requerimientos. Coordina las actividades de los servicios televisivos con otras dependencias, solicita la adquisición de partes, equipo y/o materiales para las necesidades de la Subdirección, y solicita e imparte la capacitación necesaria para el personal que lo requiere.

De esta dirección dependen los departamentos de:

- 1) Ingeniería de Campo
- 2) Departamento de Proyectos Transmisiones e Instalaciones
- 3) Departamento de Ingeniería Interna

El Departamento de Ingeniería de Campo "conserva en óptimas condiciones de funcionamiento los equipos electrónicos y de videograbación pertenecientes a las áreas de sistemas Portátiles y Unidad Móvil"²².

Supervisa el mantenimiento ya sea preventivo o correctivo, solicita los elementos de trabajo para el desarrollo del área y elabora reportes mensuales y anuales sobre las actividades que realizó.

²² Ibidem, Cap 4 s/p

Por su parte el **DEPARTAMENTO DE PROYECTOS, TRANSMISIONES E INSTALACIONES** "Diseña, instala y opera los equipos técnicos necesarios para efectuar transmisiones y grabaciones de televisión, buscando la óptima calidad" ²³.

Mantiene contacto con el Area de Estudios y Unidad Móvil coordinando los eventos, comprobando las normas técnicas de audio y vídeo para conservar las condiciones óptimas de funcionamiento.

Mantiene contacto con el Area de Estudios y Unidad Móvil coordinando los eventos, comprobando las normas técnicas de audio y vídeo para conservar las condiciones óptimas de funcionamiento.

DEPARTAMENTO DE INGENIERIA INTERNA "conserva en óptimas condiciones de funcionamiento los equipos y sistemas de videograbación que se encuentran en operación" ²⁴.

Aplica el mantenimiento preventivo y correctivo a los sistemas de grabación y equipos. Recopila y actualiza la información del equipo técnico.

²³ Ibidem, Cap. 4 s/p.

²⁴ Ibidem, Cap 4 s/p.

Otra de las subdirecciones que reportan directamente a la Dirección General es **LA SUBDIRECCION DE DIFUSION Y VINCULACION** que "contribuye al logro de los objetivos y metas de la dependencia a través de la utilización de medios de difusión y relaciones públicas que permitan comercializar los programas, servicios de producción e instalaciones de televisión con que cuenta TV UNAM, a organismos públicos y privados interesados en la producción, transmisión o grabaciones televisivas"²⁵.

Esta área busca entre otras dependencias como institutos, coordinaciones, facultades y escuelas que estén interesados en establecer coproducciones de programas de TV UNAM. Organiza los planes de difusión de los programas y series realizados en busca de patrocinadores que apoyen las producciones.

Implementa los cursos de capacitados para todo el personal, coordina estrategias de comercialización y acuerda periódicamente con cada uno de los jefes de área que integran la subdirección las actividades a realizar.

A esta subdirección reportan directamente los departamentos de:

- 1) Departamento de Programación y Continuidad
- 2) Departamento de Vinculación Externa
- 3) Departamento de Difusión y Relaciones Públicas

DEPARTAMENTO DE PROGRAMACION Y CONTINUIDAD "planea la programación de la producción televisiva que genera TV UNAM y que se transmite a

²⁵ Ibidem, Cap 4 s/p.

través de los distintos canales de televisión abiertos, por cable y vía satélite, así como realizar el seguimiento de las transmisiones, con la finalidad de mantener la continuidad y supervisar la calidad de las emisiones"²⁶.

Este departamento supervisa el copiado de los programas que se envían a transmisión al aire, elabora la carta de programación de cada uno de los canales que transmiten las producciones, ya sea por cable o vía satélite. Además de monitorear la calidad de imagen en la transmisión al aire.

DEPARTAMENTO DE VINCULACION EXTERNA. Como su nombre lo dice "vincula a TV UNAM al interior de la UNAM y con otras Universidades Nacionales, con el fin de establecer estrategias de apoyo mutuo que contribuyan a optimizar la formulación e implantación de proyectos comunes" ²⁷.

Esta área contacta a Televisión Universitaria con otras dependencias de la UNAM con el fin de lograr intercambios, co-producciones y elaboración de proyectos comunes. También mantiene comunicación con Universidades Nacionales e Internacionales, promueve actividades de la institución, da un seguimiento a las actividades de TV UNAM y los da a conocer con otras instituciones.

DEPARTAMENTO DE DIFUSION Y RELACIONES PUBLICAS. Aquí "se aplican las políticas de difusión de producciones y eventos de TV UNAM, dando el seguimiento correspondiente a la estrategia de difusión utilizada"²⁸.

²⁶ Ibidem, Cap. 5 s/p.

²⁷ Ibidem, Cap 5 s/p.

Esta área asiste a los eventos exposiciones, etc., diseña carteles, folletos y difunde los cursos de capacitación que en materia de televisión se realicen en TV UNAM. Da seguimiento a todas estas actividades y difunde las series producidas en la institución.

La siguiente subdirección es la **SUBDIRECCIÓN DE PLANEACION Y ORGANIZACIÓN** donde "se desarrolla permanentemente y de manera oportuna los sistemas, procedimientos, políticas y mecanismos de planeación y evaluación"²⁹.

En esta subdirección se acuerda *periódicamente* con los jefes de área los lineamientos de trabajo y estrategias a seguir en el desarrollo de sus actividades. Se supervisa la realización de proyectos especiales y se coordina la actualización de manuales de organización y procedimientos de TV UNAM.

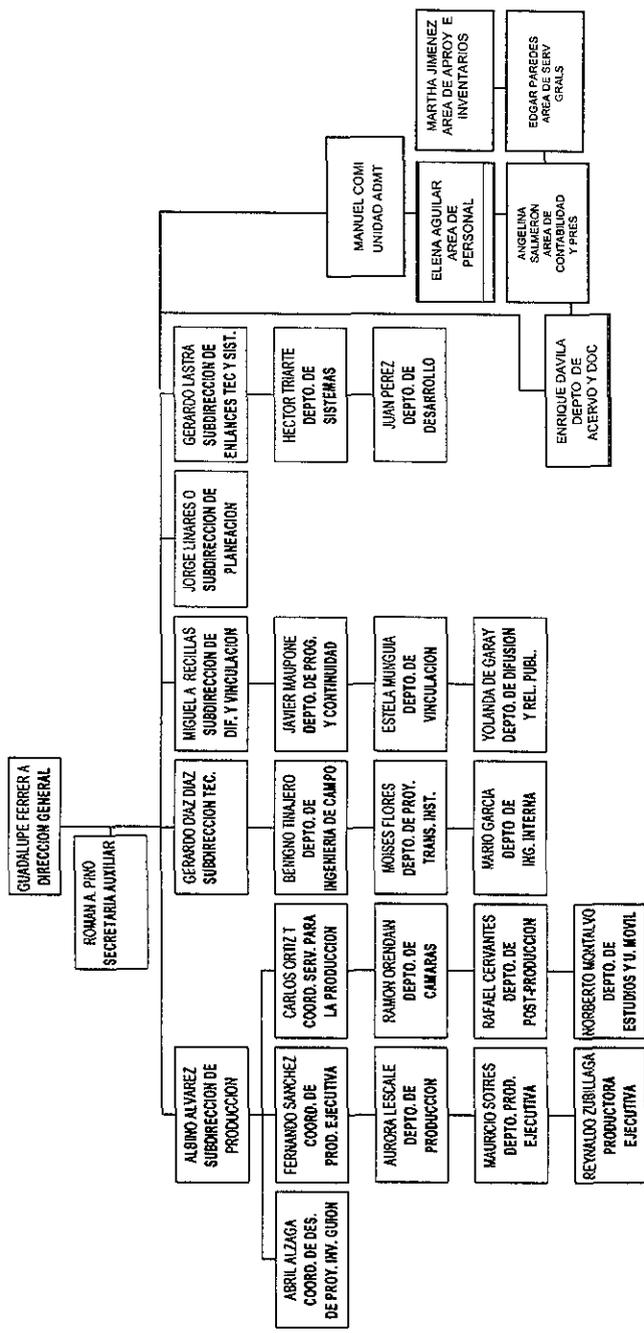
De igual manera, verifica que se elaboren los informes correspondientes de las actividades de Televisión Universitaria y elaboración en dicha subdirección el reporte anual correspondiente al Presupuesto de la Subdirección y el Programa Anual de Trabajo. De esta manera se encuentra organizada la Dirección General de Televisión Univcrsitaria en la actualidad, con lo que se previó el alcance de los objetivos planteados por la Dirección General.

²⁸ Ibidem, Cap. 5 s/p.

²⁹ Ibidem, Cap 7 s/p

Y por último la **SUBDIRECCION DE ENLACES TECNICOS Y SISTEMAS**, que se encarga de proporcionar soporte técnico a todas las áreas que integran la institución y donde se generan algunos de los programas de capacitación en materia de computación para los trabajadores y colaboradores.

COORDINACION DE DIFUSION CULTURAL DIRECCION GENERAL DE TV. UNAM ORGANIGRAMA GENERAL



Fuentes: Subdirección de Planeación y Organización 1999.

CAPITULO 2

ANALISIS DE LOS OBJETIVOS DE TELEVISION UNIVERSITARIA

2.1 OBJETIVOS PRINCIPALES PARA LOS QUE SE CREÓ TELEVISIÓN UNIVERSITARIA Y SUS MODIFICACIONES MÁS IMPORTANTES A TRAVÉS DE SU DESARROLLO.

Como consecuencia de la huelga en 1977 y concluidas las cátedras impartidas por televisión, la Universidad abandonó el espacio que había obtenido en la televisión comercial y formalizó la presencia de una serie denominada: *"Divulgación de Temas y Tópicos Universitarios"*, esta serie era producida por la Dirección General de Divulgación Universitaria, misma que dependía de la Rectoría.

Esta serie inicio el 18 de julio de 1977 y se transmitió por el canal 5 de 8 a 14 hrs., posteriormente fueron creados los objetivos para los que se producía dicha serie y que son lo siguientes:

1. *" Divulgar al público televidente programas culturales, científicos y tecnológicos en un lenguaje accesible sobre temas de interés general.*
2. *Coadyuvar como sistema de reforzamiento de la docencia en la educación media y la educación superior, sobre todo en materias que por su alto grado de dificultad tienen los mayores índices de reprobación en el currículum académico de las facultades o escuelas, encargando estos cursos a maestros de reconocido prestigio, a quienes se les ha pedido utilicen apoyos pedagógicos y visuales adecuados; y en materias de tipo experimental o de prácticas de campo cuya realización es difícil técnicamente, u onerosa.*

3. *Prestar apoyo de orientación vocacional a futuros estudiantes de enseñanza media y superior acorde con las necesidades del país*
4. *Servir como medio de actualización de los profesionistas sobre algunos conocimientos o técnicas nuevas, de acuerdo con los programas elaborados cuidadosamente por las facultades o escuelas que así lo consideren adecuado; y*
5. *Apoyar en la producción y transmisión por televisión a las facultades o escuelas que ya han desarrollado programas curriculares, en coordinación con los secretarios académicos de las mismas".*³⁰

Posteriormente se creó la serie "**Nuestros Maestros y Universidad en Marcha**" iniciada en julio de 1979 y que tenía como objetivo rendir un justo homenaje a los profesores eméritos o ameritados de nuestra Universidad. Seguido se producía la serie "Universidad en Marcha", cuyo objetivo era presentar las actividades más importantes realizadas por la administración central de la UNAM, abarcando desde 1973 hasta 1980, el material era proporcionado por la Dirección General de planeación y el Centro de Estudios sobre la Universidad (CESU). Además de registrar el videograbado de todos los actos protocolarios precedidos por el rector y sus más cercanos colaboradores.

³⁰ Dávalos, Magdalena, Acosta, Federico, Cuaderno de Comunicación Núm. 3, Op Cit p. 109

Por otro lado, el Dr. Octavio Rivero Serrano, entonces rector de la Universidad dio a conocer los objetivos básicos de la Televisión Universitaria:

"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" ³¹

Entonces la televisión se había consolidado dentro de la máxima casa de estudios como un difusor de la investigación, la docencia y la extensión para penetrar en la sociedad.

Durante el cuarto aniversario de la serie "Divulgación de Temas y Tópicos Universitarios", el Dr. Jorge Hernández y Hernández habló sobre los medios masivos con respecto a la televisión universitaria declarando lo siguiente:

"La televisión se ha consolidado dentro de la Universidad como un vehículo de difusión de las tareas de investigación, docencia y extensión, que penetra a la sociedad y permite, por ello, permear la vida universitaria hacia el entorno que la rodea.

La televisión una forma de apoyo que posibilita la presencia amplia y permanente del quehacer universitario dentro del contexto social, a través de diferentes programas televisivos[...] La televisión es un vehículo a través del cual puede ser canalizado el sistema de enseñanza abierta, con el que el alumno tiene la posibilidad de consultar, cuantas veces quiera, los videocassettes grabados ex profeso". ³²

Para los estudiantes universitarios se enfoca el uso de este medio de difusión masiva, en el que la voz y la imagen de un profesor esta directamente en contacto con el estudiante

³¹ *Ibidem*, p. 116

³² *Ibidem*, p. 124

[...] De ninguna manera se pretende sustituir el binomio maestro-alumno ya que la consulta y el intercambio de ideas forma parte del proceso de enseñanza-aprendizaje.³³

Era el momento en que los programas que tenían la función de extensión cultural deberían apoyar a la docencia del sistema escolarizado. Más tarde se produjo la serie "Universidad y Sociedad" cuyos temas eran los siguientes: Salud Pública, Comunicación y Control, Sistemas Científicos, etc., cuyos objetivos se modificaron a partir del 1º de marzo de 1982 para apoyar la campaña para presidente de la República de Miguel de la Madrid que consistía en lo siguiente:

1. "Divulgar los temas fundamentales de la cultura.
2. Apoyar las políticas de integración nacional que persiguen establecer una sociedad más justa e igualitaria.
3. Coadyuvar con los programas de bienestar social, especialmente los de salud, alimentación y vivienda
4. Apoyar programas de productividad y administración.
5. Servir de comunicación cívica.
6. Reforzar los fundamentos lógicos de las ciencias básicas y
7. Servir de medio actualización de los profesionales"³⁴

Para las mismas fechas la serie "Divulgación de Temas y Tópicos Universitarios" se subtítulo como "Los Universitarios ante los problemas de México", cuyos objetivos tenía los mismo propósitos que los antes mencionados.

Fue para el 16 de mayo de 1983 que se dio a conocer el "Acuerdo de modificación de estructuras de la Secretaría de la Rectoría", con el cual se creó la Dirección General de

³³ *Ibidem*, p. 130.

³⁴ *Ibidem*, p. 130.

Comunicación Universitaria, con la incorporación de las antiguas direcciones generales de Información y Divulgación Universitaria con el Centro Universitario de Producción de Recursos Audiovisuales que pretendía alcanzar los siguientes objetivos:³⁵

- **En el área de divulgación:** “Difundir los principios, finalidades y actividades de la Universidad, a través de los medios idóneos de comunicación”.

“Registrar y difundir los acontecimientos que en los campos de la docencia, la investigación y la extensión ocurran en la Universidad”

- En el área de producción de recursos audiovisuales: “Coordinar el Programa Universitario de Televisión. Promover la formación de recursos humanos necesarios para la producción de materiales audiovisuales y de televisión.

“Producir programas de televisión y materiales audiovisuales que apoyen la educación curricular y la integral, así como programas de televisión que permitan la divulgación de los conocimientos, la cultura y el pensamiento de los universitarios, a través de los medios a su alcance”.

“Asesorar a las autoridades universitarias en materia de adquisición, empleo y puesta al día de sistemas de producción y reproducción de material audiovisual y de televisión”.

³⁵ Ibidem p 158.

Por otra parte, la Secretaría General Académica y la Secretaría de la Rectoría realizaban un documento titulado "Evaluación y marco de referencia para los cambios académico-administrativos", mismo que fue presentado por el rector el 8 de diciembre de 1984

En dicho documento se exponían los problemas que televisión universitaria, sobre todo en su segundo capítulo titulado "La Extensión Universitaria y la Difusión Cultural", donde se mencionaba lo siguiente: [...] Finalmente debe de mencionarse la necesidad de utilizar integralmente los medio masivos de comunicación para las tareas de extensión académica y cultural.³⁶

En dicho capítulo se expresa "Ante la ausencia de una política universitaria en el campo de la televisión se propone la elaboración de un programa universitario de televisión que utilice este medio como mecanismo de educación integral, como apoyo a los procesos de autoenseñanza y como medio de difusión de la cultura universitaria".

Es para el 27 de febrero de 1984 que la Gaceta UNAM pública los 66 proyectos que integraban dicho proceso, entre los primeros apareció el "Proyecto 60", titulado como "Creación del programa universitario de Televisión", asignado a la Secretaría de la Rectoría, cuyo responsable directo fue el Dr. Jorge Hernández.

³⁶ *Ibidem* p. 161.

El Proyecto 60 esta dividido en siete puntos y su objetivo general es "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".³⁷

Los objetivos específicos eran:

- "Establecer acciones que conlleven el desarrollo de una planeación integral, académica y prospectiva de la producción televisiva con la participación de las dependencias universitarias, a fin de que se retomen las experiencias y sugerencias de los universitarios y se incorporen a este programa.
- Identificar e integrar los recursos humanos, materiales y económicos existentes vinculados a la realización de programas de televisión, para que a mediano plazo se establezca un sistema de producción y transmisión propia y autosuficiente.
- Elaborar las normas a seguir para los programas de televisión en cuanto a su rango ya sean académicos o culturales, atendiendo a las características del canal de transmisión, pudiendo ser éste por circuito cerrado o canal abierto.
- Formar y desarrollar recursos humanos a través de la capacitación y adiestramiento en la teoría, técnica y práctica en materia de televisión para mejorar la calidad en la realización de estos programas.
- Fomentar el intercambio y las relaciones de colaboración con otras instituciones de educación media superior y superior, con el fin de compartir experiencias y materiales televisivos que tiendan a elevar el nivel académico y cultural de la comunidad.
- Promover la investigación sobre aspectos que permitan la evaluación de los materiales y programas producidos, que sirvan de base para mejorar la calidad educativa o extensional de los programas televisivos".³⁸

³⁷ *Ibidem* p 163

³⁸ *Ibidem* p 163

Para el 1º octubre de 1984 se dio a conocer la implantación del Proyecto 60, Programa Universitario de Televisión, que manifestaba en su desarrollo la realización de foros de consulta y evaluación, así como en la implantación señalaba plazos y responsables para la ejecución de las siguientes acciones:

1. " Crear un organismo que se denominará TV UNAM que coordine las tareas de producir, programas 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.
2. Crear una unidad central de televisión para coordinar la producción, post-producción y copiado de programas de televisión de las dependencias que lo soliciten.
3. Diseño de la estructura financiera y organizativa para el desarrollo del sistema de producción y emisión propio.
4. Concluir el censo de recursos humanos y equipo en materia de televisión.
5. Impartir cursos y talleres breves enfocados a la capacitación, actualización y superación del personal encargado de la producción de televisión.
6. Definir y publicar las normas para la producción y uso de la televisión videograbados.
7. Concluir y publicar las normas generales de catalogación, almacenamiento, préstamo e intercambio de los materiales videograbados.
8. Concluir el inventario de investigaciones existentes en la UNAM relacionadas con la televisión.

9. Establecer y revisar convenio que representen par ala Universidad opciones de coproducción, producción y emisión por canal abierto.
10. Establecer las normas de evaluación de la calidad educativa, extensional y televisiva de los materiales que forman el acervo videograbado de la UNAM
11. Diseño y publicación de un catálogo que contenga las fichas técnicas de la UNAM ³⁹

Como era de esperarse tanto los objetivos generales y específicos sufrieron modificaciones por parte de la Rectoría. Ejemplo:

Fue eliminado de los objetivos específicos el número 1, tergiversando la información, de manera que en ninguno de los objetivos se incluyera la participación de la comunidad universitaria y otras dependencias.

Para fines de noviembre de 1984 se presentó el "plan rector de desarrollo institucional" donde se incluían los objetivos generales para los medios de comunicación de la Universidad Nacional, que decían lo siguiente:

- "Contribuir a la creación, preservación y difusión de la cultura universitaria con base en nuestra identidad nacional.
- Participar en la educación integral de la comunidad estudiantil.
- Elevar el nivel cultural medio de la población contenida en el entorno universitario
- Llevar la cultura universitaria a aquellos sectores sociales carentes de acceso a la Universidad y que, sin embargo, aspiran a los beneficios de la cultura". ⁴⁰ Con estos objetivos siguió trabajando hasta el cuatricenio 1993-1996 y 1997-2000, mismos que sufrirían nuevas modificaciones, que serán presentadas en el siguiente punto.

³⁹ *Ibidem* p. 186.

⁴⁰ *Ibidem* p. 194

2.2 OBJETIVOS DE TV UNAM DURANTE LOS CUATRIENIOS 1993-1996 Y

1997-2000

- Durante el rectorado del Dr. José Sarukhán la Dirección General de Televisión Universitaria adquiriría los siguientes objetivos bajo la Dirección de la Mtra. Fátima Fernández:⁴¹
- *El objetivo general de la institución*, según el Manual de Organización es "vincular a la comunidad universitaria entre sí y a está con la comunidad nacional, a través de la televisión y el video como brazos de extensión del conocimiento y la expresión artística que opera la Universidad".

Como objetivos específicos:

- **Objetivo Uno.** "A través de canales abiertos y sistema de cable, lograr una presencia directa y eficaz de la universidad en los hogares de los universitarios y de los mexicanos en general".
- **Objetivo Dos.** "Establecer una comunicación fluida y permanente con las dependencias universitarias para:
 - a) Conocer su potencial informativo e incorporar sus productos más logrados a la producción de televisión y video.
 - b) Ofrecer servicios de producción, postproducción y copiado a precios que permitan recuperar la depreciación del equipo.
 - c) Propiciar la coproducción con institutos, centros, coordinaciones y facultades para difundir programas y series buscando patrocinar en los casos en que convenga.

⁴¹ Subdirección de Planeación y Organización, Manual de Organización de la Dirección Gral. de TV UNAM, TV UNAM, México, 1999, Cap. I

Fungir como centro de acopio de información sobre seminarios y cursos nacionales e internacionales a difundirse vía satélite".

- **Objetivo Tres** "Incrementar sustancialmente los recursos económicos extraordinarios a través de coproducciones, venta de servicios y material televisivo, así como por medio de patrocinios y donaciones:
 - a) Actualizar tecnológicamente a la dependencia y cumplir con las exigencias de los canales para salir al aire
 - b) Establecer un programa de estímulos económicos a la productividad para el personal de TV UNAM".

- **Objetivo Cuatro.** "Atención al personal de la dependencia mediante:
 - a) Sensibilización hacia el hecho de que la producción de televisión y video debe responder a criterios universitarios y sus contenidos deben ser inherentes a los fines de la Institución. Ello sin desconocer la versatilidad, riqueza y agilidad de los recursos visuales con que cuenta la producción contemporánea.
 - b) Establecimiento de programas de evaluación, capacitación y comunicación entre las áreas de la dependencia y entre éstas y el resto de la Universidad".

Para los años subsiguientes, es decir el cuatrienio (1997-2000) se trabajó con los mismos objetivos. De tal modo que a partir de 1997 a la fecha la institución se rige bajo las mismas condiciones que en años pasados.

CAPITULO 3

ESTUDIO DE CAMPO

3.1 ANALISIS DE LOS OBJETIVOS DE TV UNAM EN LOS CUATRIENIOS 1993-1996 Y 1997-2000.

Como ya se mencionó, desde los años cincuenta con la llegada de la televisión a México, la Universidad Nacional obtenía una herramienta fundamental. Este medio de comunicación constituía el avance tecnológico en materia docente para la máxima casa de estudios.

En ese entonces ya adquiría uno de sus objetivos base, el apoyo a la docencia, y aún cuando no estaba constituida como TV UNAM, la televisión producida por la Universidad Nacional seguía ciertos objetivos para su desarrollo, dotando con el equipo más novedoso y recurriendo a técnicos expertos en la materia, es entonces, cuando se hace hincapié en su utilización y se define expresamente que este medio de comunicación debe dar apoyo académico a las facultades y dependencias de la UNAM, así como a la comunidad universitaria, no sólo orientado al estudiantado sino contribuyendo en las distintas escuelas y carreras.

Eran ya dos objetivos:

- Apoyo a la comunidad universitaria y sus dependencias y,
- Distribución de la población universitaria.

Para 1993, constituida ya como la Dirección Gral. De TV UNAM, la televisión adquirió los objetivos presentados en el punto anterior (Supra Cap. 2.2).

Veamos entonces el objetivo general con que ha trabajado TV UNAM desde 1996 y que constituye actualmente su línea a seguir.

OBJETIVO GENERAL. “Vincular a la comunidad universitaria entre sí y a ésta con la comunidad nacional a través de la televisión y el video como brazos de extensión del conocimiento y la expresión artística que opera la Universidad”.⁴²

Este objetivo amplió el campo de la televisión universitaria, no sólo a la comunidad universitaria sino también a la sociedad en general, enorme responsabilidad que se otorgó a la institución. Analicemos este punto, en un principio el nuevo instrumento se enfocaba sólo a los estudiantes universitarios y sus dependencias, objetivo que considero prudente y acertado, ya que la UNAM conoce las necesidades de sus académicos e investigadores como miembros de una elite profesional, es decir: al atender las necesidades culturales de la comunidad nacional distrae su atención hacia un sector mucho más amplio, mismo que carece, en muchas ocasiones, de bases educativas y culturales que permitan comprender los conocimientos que emergen de la institución.

La televisión como herramienta dentro de la UNAM, fue utilizada exclusivamente para el apoyo interno, sin embargo, queda claro que la Universidad tiene un compromiso con la sociedad mexicana ...“generación y transmisión de nuevos conocimientos, en la preservación y fortalecimiento de la identidad y cultura nacional; en el estudio y comprensión de nuestra sociedad y en la preparación de los profesionales y graduados que el país necesita...”⁴³

⁴² Ibidem, Cap. I

⁴³ <http://serpiente.desca.uuam.mx/rectoria/htm/plan9798.htm#mision>, UNAM, marzo de 1999.

Pero entendamos este compromiso no como la saturación de nuevos conocimientos a la sociedad, sino a la divulgación a través de egresados que contribuyan con sus conocimientos al bienestar de la sociedad. Ya que TV UNAM constituye solamente una de las herramientas con las que la Universidad cuenta para realizar sus funciones ante la sociedad. Por ello, Televisión Universitaria debe centrar sus trabajos y objetivos a su comunidad, como lo planteó el Rector Barnés de Castro en su plan de Desarrollo 1997-2000. “La Universidad debe ampliar las fronteras del conocimiento mediante una investigación que:

- Apoye sistemáticamente la formación de profesionales y especialistas;
- Aporte soluciones a problemas universales y nacionales;
- Contribuya a sentar las bases de un desarrollo sustentable;
- Y promueva la creación y fortalecimiento de una cultura propia”.⁴⁴

De este modo, el objetivo general contribuye correctamente a la realización del plan de desarrollo pero no al objetivo general de TV UNAM, es decir, la transmisión de algunas de las producciones de la UNAM a través de canales abiertos o vía satélite, no desarrolla la vinculación entre Universidad y comunidad nacional, ya que estos programas son especializados o están fuera del contexto ya sea rural o urbano.

TV UNAM debe analizar el tipo de programación que esta enviando a la población en general y sobre tomar en cuenta los horarios en que se esta programando, así como el bajo nivel en rating que obtienen sus programas. Lo que indica evidentemente el incumplimiento de su objetivo general.

⁴⁴ <http://serpiente.dysca.unam.mx/rectoria.htm/plan9798.htm#mision>, UNAM, marzo de 1999

TV UNAM en caso de continuar con su proceso de transmisión debe considerar:

1. Público al que va dirigido (target).
2. Nivel socioeconómico del target.
3. Una carta de programación y
4. Continuidad en sus temas transmitidos.

En apoyo a este objetivo general se crearon cuatro objetivos específicos que ya hemos mencionado.

- 1) *“A través de canales abiertos y sistema de cable, lograr una presencia directa y eficaz de la Universidad en los hogares universitarios y de los mexicanos en general”.*

En el capítulo anterior (1.1 Supra) se mencionaba el proyecto de un canal interno para la transmisión de las actividades e investigaciones dentro de la Universidad, lo que a mí pensar es el camino correcto que deben seguir las producciones de TV UNAM ya que a nivel comunidad universitaria, TV UNAM tiene como funciones informar, divulgar y promover las actividades académicas y culturales que de ella emerjan.

En canales como el 22 o mediante la Red Edusat, son transmitidas varias de las producciones de TV UNAM, estos canales han recibido varias menciones para su programación y su labor social, sin embargo, mediante ellos la Universidad no ha marcado su presencia en la sociedad en general.

Y es que no es a través de sus producciones televisivas que la Universidad marcaría sus presencia, sino a través de sus profesionistas, quienes utilizan la Televisión como herramienta para su desarrollo académico y profesional.

2) *“Establecer una comunicación fluida y permanente con las dependencias universitarias”. Al establecer una comunicación permanente entre las dependencias, TV UNAM cumple con las funciones asignadas y se mantiene al tanto de las necesidades de la comunidad, propiciar coproducciones y la divulgación de sus actividades, propiciando nuevas prácticas educativas y métodos de enseñanza.*

3) *“Incrementar sustancialmente los recursos económicos extraordinarios y a través de coproducciones, venta de servicios y material televisivo, así como por medio de patrocinios y donaciones”.*

Queda claro que TV UNAM debe buscar estrategias que le permitan recuperar lo invertido tanto en equipo técnico como humano, ya que debe mantenerse presente ante las innovaciones tecnológicas de hoy en día. Aunque es bien sabido que la institución trabaja con equipo prácticamente obsoleto.

4) *“Atención al personal de la dependencia mediante sensibilización a la producción de televisión y video y el establecimiento de programas de evaluación, capacitación y comunicación entre las áreas de la dependencia y el resto de la Universidad”.*

Como toda dependencia, su trabajo es el reflejo de sus colaboradores, quienes deben conocer e identificarse con los objetivos que se pretende alcanzar. De modo que se conozcan los procedimientos y sistemas de comunicación interna que garanticen la oportunidad, pertinencia y calidad de la información que deben tener los integrantes de Televisión Universitaria para el logro de los objetivos institucionales y personales.

Con esto podemos observar que en esencia el objetivo general de TV UNAM, continúa siendo el mismo, sin embargo, se han descartado algunos puntos importantes en los dos últimos cuatrienios, por ejemplo, a pesar de producir algunas series de orientación vocacional, no se ha mantenido como un objetivo específico a realizar, cuando en los orígenes de la televisión universitaria, se consideraba como una de sus principales funciones.

De igual manera se ha dejado de atender a los profesionales egresados de la Universidad Nacional, cuando en la actualidad se hace necesaria una actualización tanto en conocimientos como en técnicas para un mejor desempeño en el campo laboral, lo que sin duda alguna, marcaría una presencia de la Universidad, así como la promoción de recursos humanos para la producción televisiva. Y con esto cumpliría con el objetivo asignado por la Coordinación de Difusión Cultural que ya hemos mencionado anteriormente.

3.2 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

TV UNAM es, como ya sabemos, la productora de televisión de la Universidad Nacional, dedicada a la elaboración de programas con temas de carácter científico y cultural, sin embargo, no se cuenta con suficientes documentos que hablen de su origen y desarrollo, así como una evaluación de su trabajo, ni su relación con la Coordinación de Difusión Cultural, a la cual pertenece.

Es por ello, que la presente tesina pretende realizar una investigación documental enriquecida con fuentes bibliográficas, hemerográficas, internet y con la valiosa colaboración del Lic. Jorge Linares; de modo que otorgue una visión mucho más amplia y detallada del origen de Televisión Universitaria, como institución productora de material de apoyo docente y el papel que ha desempeñado a lo largo de la historia de la Universidad Nacional,

De este modo se desprendieron las siguientes líneas de trabajo, la utilización de la televisión como herramienta en el ejercicio docente, el objetivo con el que fue fundada la televisión universitaria como institución, la estructura de TV UNAM como organización y los objetivos que fueron desarrollados a lo largo de su historia.

Así la dimensión temporal abarcó el periodo 1993-2000 debido a la permanencia de sus objetivos para ambos cuatrienios. El tipo de investigación fue en un principio exploratoria debido a la falta de información sobre el tema y se continuó con un trabajo descriptivo que evaluó diversos aspectos que intervienen en la realización de los objetivos de TV

UNAM, es decir, desde el punto de vista científico se describió la situación actual de Televisión Universitaria

Para realizar el presente trabajo se realizó una investigación documental, recurriendo a directivos de la institución, quienes permitieron el acceso a manuales e informes realizados en dicha organización, donde se localizaron la mayoría de los datos históricos de la televisión universitaria, aunado a los cuadernos de comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas.

Por otro lado, para complementar la información realicé entrevistas a informantes clave y la observación de campo. Realizando una entrevista estructurada que según Rojas Soriano, permite captar información abundante y básica sobre el problema, y es precisamente que se emplea debido a la insuficiencia de material informativo sobre ciertos aspectos de esta investigación, tal es el caso del conocimiento de los objetivos por parte de los miembros de televisión universitaria. Esta técnica se aplica a informantes clave, “llamados así porque poseen experiencias y conocimientos relevantes sobre el tema que se estudia, o se encuentran en una posición dentro de su comunidad o grupo social que les permite proporcionar información que otras personas desconocen o darían incompleta”.⁴⁵ Tal es el caso del Lic. Jorge Linares, Subdirector de Planeación de esta institución, Guadalupe Medina (Productora), Gustavo Picasso (Realizador), Javier Feria (Camarógrafo) y Jorge Fargat (Camarógrafo).

Para realizar la entrevista estructurada fue necesario redactar una guía, misma que se presentará más adelante, los temas se derivaron de los puntos que deseaban explorarse.

⁴⁵ Soriano, Rojas, Raúl, Guía para realizar Investigaciones Sociales, UNAM, México, 1998, pp. 431

En este caso, la investigación necesitaba saber, si el desconocimiento de los objetivos era un factor definitivo en la obtención de los resultados al final del cuatrienio, así como obtener datos económicos y organizativos de la institución.

Guía de entrevista sobre Televisión Universitaria, Ciudad Universitaria

1. Orígenes de Televisión Universitaria.
2. Su relación con la Coordinación de Difusión Cultural.
3. Canales de transmisión de las producciones de TV UNAM.
4. Relación entre TV UNAM y otras dependencias de la Universidad.
5. Servicios que proporciona TV UNAM a la comunidad universitaria y a la sociedad en general.
6. Información al personal en general acerca de los trabajos de la institución.
7. La comunicación dentro de la Institución.
8. Estímulos al personal de TV UNAM.
9. Conocimiento de los objetivos de TV UNAM por parte del personal.

Para la realización de dichas entrevistas y observación de campo se requirió buscar al personal de TV UNAM en los distintos puntos donde se localizan a raíz de la huelga del pasado 20 de abril, hecho que interfirió profundamente en la conclusión de la presente investigación.

3.3 REVISION DE OBJETIVOS

Al comenzar la administración 1993-1996, Televisión Universitaria se planteó una reestructuración de sus objetivos, de modo tal que se adecuara al momento que vivía la institución. Para lo que Televisión Universitaria se planteó lo siguiente:

- 1.- "La UNAM requiere de un fortalecimiento integral de su vida académica, el cual no puede prescindir de una intercomunicación entre sistemas, disciplinas y dependencias.
- 2.- Una revitalización de su sistema de financiamiento el cual precisa, con urgencia de ingresos extraordinarios.
- 3.- Una más directa y permanente relación con la sociedad".⁴⁶

Y sobre esto se redactaron los objetivos presentados en el apartado anterior, que para el período 1997-2000 continuaron bajo la misma línea, es por ello que se presenta la siguiente revisión:

⁴⁶ Informe Anual, Dir. Gral. de TV UNAM, UNAM, México, 1993, p. 15

Como partida tenemos el *OBJETIVO GENERAL* del cual parte la institución en su Manual de Organización y que ha perdurado también para el cuatrienio 97-2000 y que a la voz dice: “vincular a la comunidad universitaria entre sí y a ésta con la comunidad nacional, a través de la televisión y el video como brazos de extensión del conocimiento y la expresión artística que opera la Universidad”⁴⁷

Así la televisión universitaria, realiza producciones en apoyo a la docencia, cumpliendo en la actualidad con su objetivo general, como lo fue planteado en sus inicios dentro de la Universidad.

Un claro ejemplo fue la serie “Divulgación de Temas y Tópicos Universitarios”, cuyo principio era transmitir de manera sencilla programas culturales científicos y tecnológicos, cuyos objetivos ya mencionamos en el punto 2.2 del capítulo 2. Entre otros ejemplos están los programas “Flora Medicinal Cubana”, “Medicina y Sociología”, y muchos más.

En el caso de la Facultad de Veterinaria, se han realizado teleconferencias tales como “Diplomado en Perros y Gatos” o la producción de la serie “Reto 2000”, de divulgación científica, acerca de las investigaciones más importantes del país, sobre todo de la UNAM, manejando un lenguaje sencillo y que brinda herramientas básicas para conocer y comprender acontecimientos importantes del país.

Es por ello que podemos decir, que al igual que otros medios, la televisión universitaria tiene como finalidad proporcionar información audiovisual. El uso de material implica cambios en los sistemas de enseñanza-aprendizaje, sin embargo Televisión Universitaria

⁴⁷ Ibidem p. 15

ha realizado en la medida de lo posible producciones que enriquecen y apoyan la labor docente en la Universidad, su extensión del conocimiento, la vinculación con la sociedad y la expresión artística que surge de ella, apoyando con equipo técnico y humano los distintos eventos. Como ejemplo: “Confesiones y Confusiones”, que trata sobre el papel de la mujer en la sociedad, “En Contraste”, sobre problemas sociales, “Plantas Medicinales”, “Sexualidad y Sociología”, entre otros.⁴⁸

Veamos entonces los objetivos específicos; el primero menciona:

*“A través de canales abiertos y sistemas e cable, lograr una presencia directa y eficaz de la universidad en los hogares de los universitarios y de los mexicanos en general”.*⁴⁹

Según la carta de programación de TV UNAM (04-06/99), la serie “UNAM HOY”, es transmitida por canal 9, 22, 13 y 11, así como “Lo Mejor de TV UNAM”, “Cine Club de Maestros”, “Moneros y Monitos” y “Tiempo de Filmoteca”, además en los canales 13 y 15 de Red Edusat, que opera a través del Satélite Solidaridad I, el cual cubre la República Mexicana, en su totalidad Centroamérica, el sur de los Estados Unidos, el Caribe y el norte de Sudamérica.

Esto demuestra que el objetivo específico uno, administrativamente si es cumplido, sin embargo, es cuestionable su presencia directa y eficaz, por lo menos en los hogares del territorio nacional. Al respecto, podemos observar dos puntos:

⁴⁸ <http://serpiente.dgsc.unam.mx>, consultada en enero 2000.

⁴⁹ Subdirección de Planeación y Organización, Manual de Organización de la Dirección Gral. de TV UNAM, TV UNAM, México, 1999, Cap. I

El horario programado por las compañías televisoras (TV Azteca y Televisa). Revisando las cartas de programación durante 1996 a 1999, tanto de Televisa como TV Azteca se observa que los horarios, no permiten una ubicación del público en general, ya que generalmente utilizan los tiempos asignados a RTC, es decir, entre 5:15 y 6 a.m., hora en que comienzan las transmisiones de dichas estaciones, por lo tanto el rating que alcanza oscila entre 0 y 1 punto; lo que indica claramente que no tiene una presencia con la sociedad en general. A continuación presentaré las gráficas que ilustran claramente el rating de TV UNAM durante los años 1996 a 1999 en comparación con el share que se observa (el share, son simplemente el número de televisores encendidos en determinado momento).

Como se observa, el rating de la programación de TV UNAM no alcanza ni el 3% de audiencia y es de llamar la atención que existieron meses en donde las producciones no llegan ni un punto de rating y para 1998 y 1999 algunos meses presentan cierta audiencia, pero que definitivamente no satisface los parámetros para decir que la presencia de televisión Universitaria a nivel nacional es evidente.

HOGARES

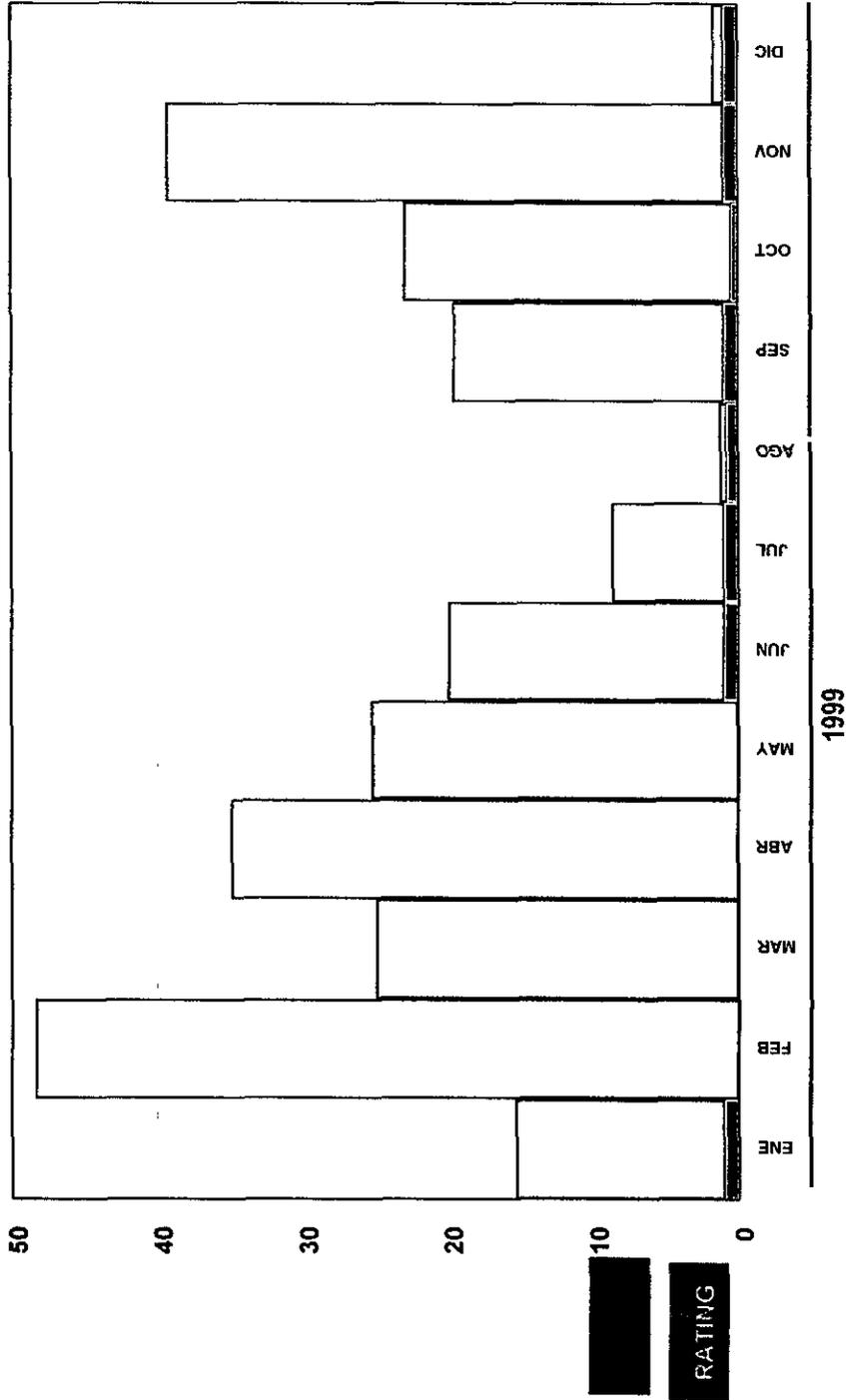
MENSUAL

Porcentaje de Audiencia

RATING PROGRAMACION TV UNAM

27 Ciudades (Nacional)

* LUNES 5:00 - 5:15 A.M



HOGARES

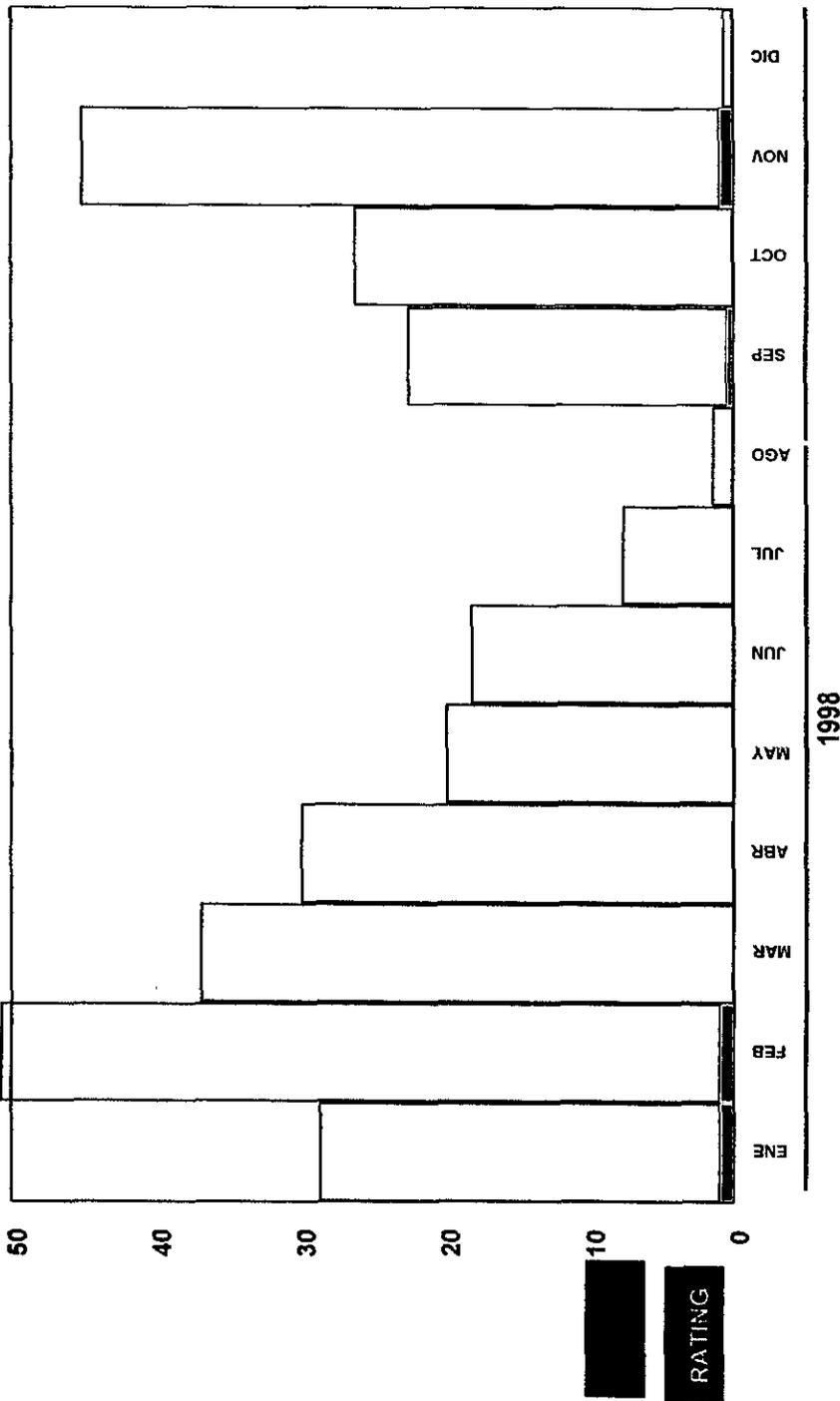
MENSUAL

Porcentaje de Audiencia

RATING PROGRAMACION TV UNAM

27 Ciudades
(Nacional)

* LUNES 5:00 - 5:15 A.M



FUENTE: MEDIA QUIZ 97-98/BOPE DOS 1997

HOGARES

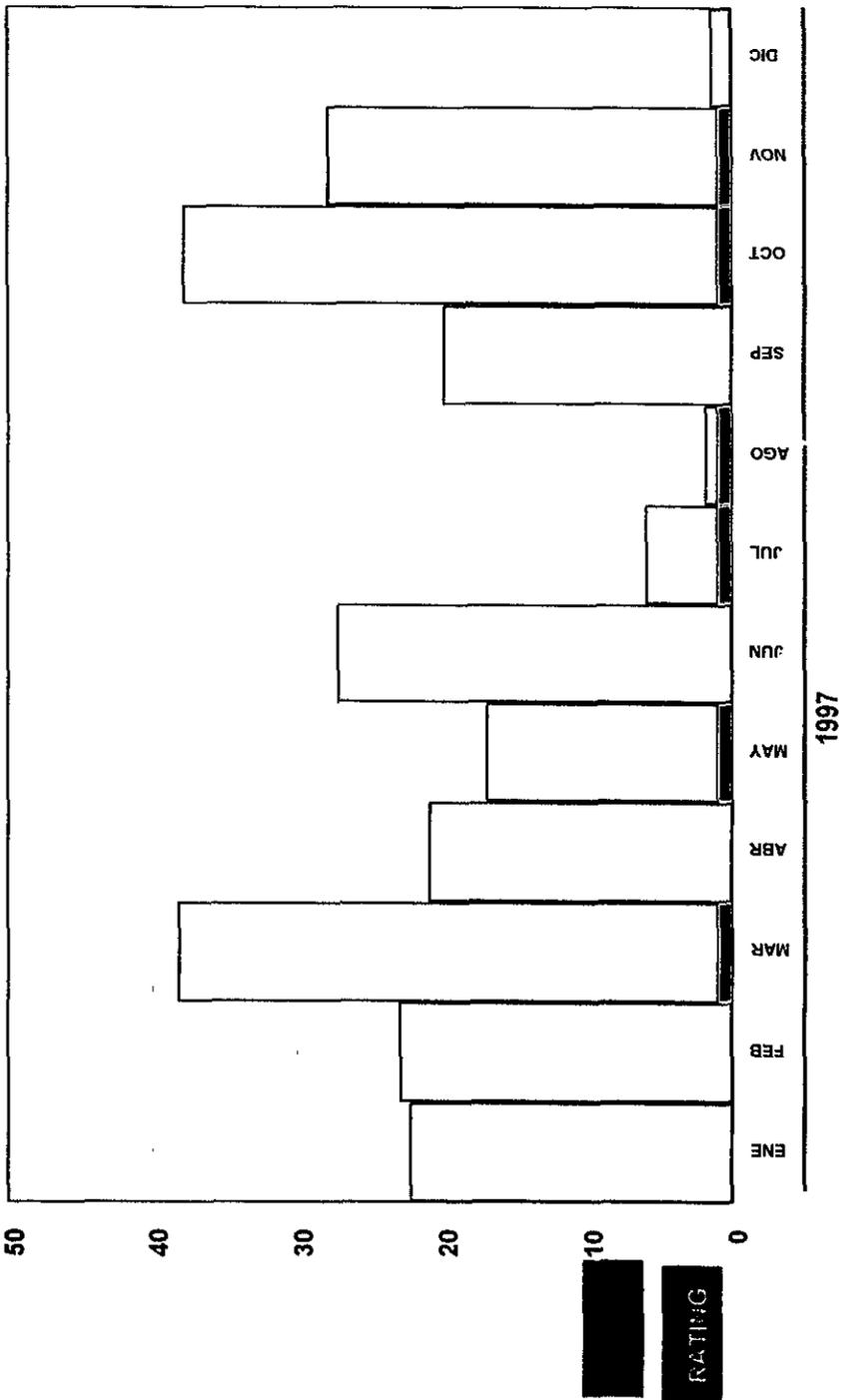
MENSUAL

Porcentaje de Audiencia

RATING PROGRAMACION TV UNAM

27 Ciudades
(Nacional)

* LUNES 5:00 - 5:15 A.M



FUENTE: MEDIA QUIZ 97-98/BOPE DOS 1997

HOGARES

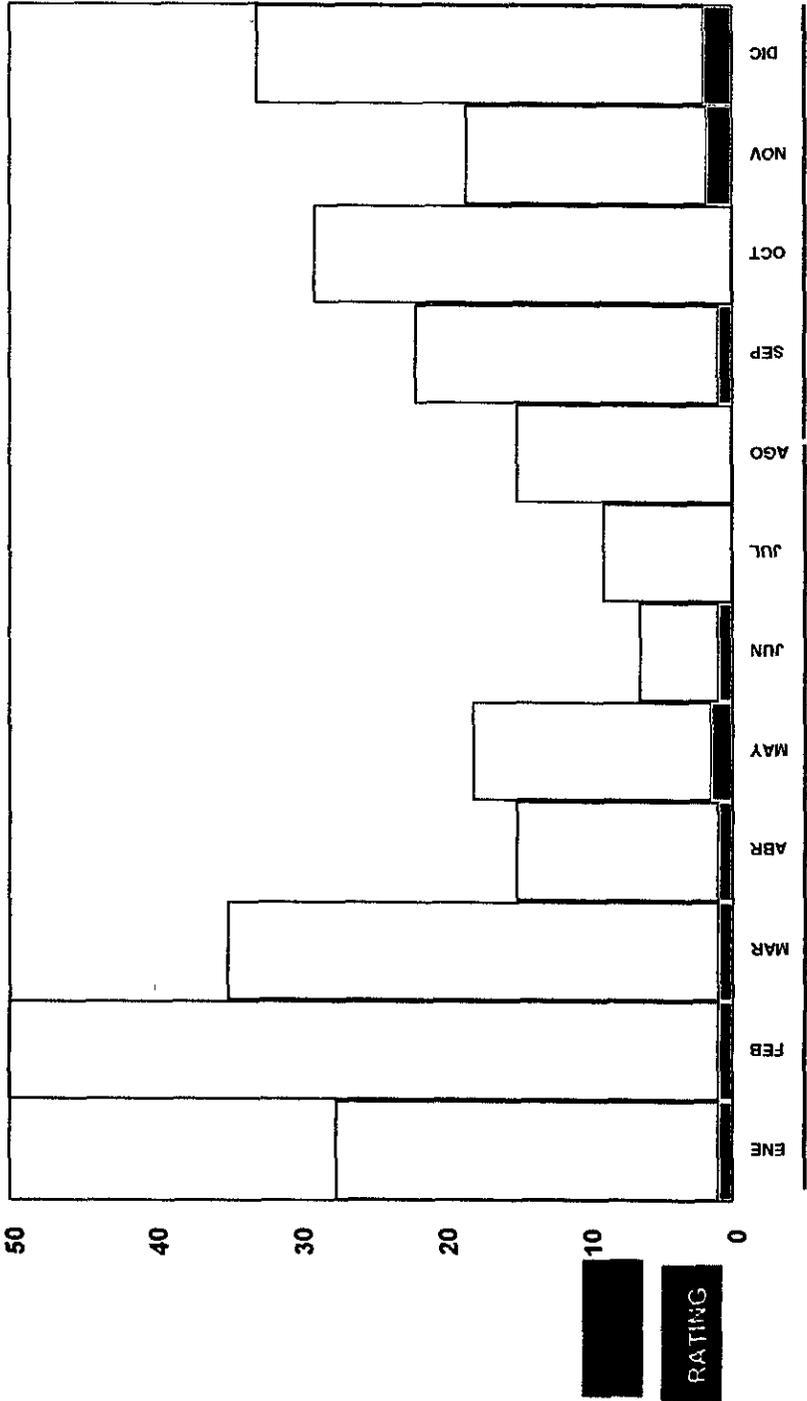
RATING PROGRAMACION TV UNAM

27 Ciudades
(Nacional)

MENSUAL

Porcentaje de Audiencia

* LUNES 5:00 - 5:15 A.M



FUENTE: MEDIA QUIZ 97-98/BOPE DOS 1997

A través de esta investigación y conociendo de antemano el gran interés que la UNAM tuvo por una concesión de canal abierto, queda clara la misión planteada desde sus inicios para la comunidad en general, sin embargo, y a pesar de los esfuerzos por lograr este objetivo, debemos tener muy claro y considero que TV UNAM también, que el tipo de televisión que la Universidad produce, tiene un segmento de público muy limitado.

La Unidad de Televisión Educativa expresa que “El producto audiovisual educativo y el hecho audiovisual educativo, son objeto permanente de evaluación, lo cual, por cierto; es radicalmente opuesta a los criterios del rating con que opera la televisión comercial”.⁵⁰

Queda claro que Televisión Universitaria no sólo produce programas educativos sino también informativos, de extensión a la cultura, las bellas artes y otros. Con fines metodológicos la UTE ha clasificado las series educativas en las siguientes categorías:

CURRICULARES: “Abordan temas seriados requeridos en el plan de estudios que apoya y forma al alumno para lograr resultados académicos terminales y procesos de certificación”.

COMPLEMENTARIOS: “Abordan temas seriados requeridos en el plan de estudios que apoya y forma al alumno para lograr resultados académicos terminales y procesos de Certificación”.

⁵⁰<http://utc.scn.gob.mx>, consultada en julio de 1999.

DE FORMACION Y ACTUALIZACION DOCENTE. “Proporcionan herramientas metodológicas para que el docente desarrolle habilidades y mejore su desempeño en el proceso de enseñanza-aprendizaje y otorgue elementos para su actualización en áreas específicas”.

DE CAPACITACION. “Comprenden temas sistemáticos que complementan áreas laborales y/o profesionales de diversos usuarios para satisfacer necesidades de especialización”.

EDUCACION PARA LA SOCIEDAD. “Presentan temáticas de interés general, con una intención didáctica determinada, en función al desarrollo de la población”⁵¹

Televisión Universitaria, según la lista de producciones de 1996 a la fecha, cumple con todas estas clasificaciones, añadiendo las bellas artes que son transmitidas en varias ocasiones a través de canales abiertos como el Canal 22, con equipo humano y técnico de la Universidad.

Ha quedado claro, según las clasificaciones antes mencionadas que TV UNAM no produce programas para la sociedad en general, por lo que el objetivo específico uno, no es, en su totalidad cumplido. Esto no debe mirarse como un punto malo para la institución, más bien, como un objetivo demasiado amplio para el tipo de televisión que produce.

El objetivo dos que dice “Establecer una comunicación fluida y permanente con las dependencias universitarias para:

⁵¹ Ibidem, página principal

- d) Conocer su potencial informativo e incorporar sus productos más logrados a la producción de televisión y video.
- e) Ofrecer servicios de producción, post-producción y copiado a precios que permitan recuperar la depreciación del equipo.
- f) Propiciar la coproducción con institutos, centros, coordinaciones y facultades para difundir programas y series buscando patrocinar en los casos en que convenga.
- g) Fungir como centro de acopio de información sobre seminarios y cursos nacionales e internacionales a difundirse vía satélite" ⁵²

Según la información obtenida en las entrevistas a informantes clave, Televisión Universitaria mantiene un constante contacto con otras dependencias de la Universidad, con el propósito de realizar coproducciones que apoyen tanto a investigadores y estudiantes de la misma Universidad así como a instituciones externas que colaboren en este tipo de producciones.

Cabe destacar la participación de TV UNAM en coproducciones de organismos universitarios tanto públicos como privados, nacionales e internacionales donde destacan por su importancia las actividades que se han realizado con la Dirección General de Patrimonio Universitario, la Dirección General de Actividades Musicales, Teatro y Danza, así como el Colegio Nacional de Ciencia Política.

También se desarrollaron actividades con la Universidad Pedagógica Nacional, la Universidad de Colima y la Autónoma Metropolitana, la UTE (Unidad de Televisión Educativa) y la Universidad de Morelos.

⁵² Subdirección de Planeación y Organización, Manual de Organización de la Dirección Genl. De TV UNAM, TV UNAM, México, 1999, Cap. I

Así mismo, la institución cuenta con el "*Departamento de Vinculación Externa*", ya descrito en el capítulo 2, que contacta a TV UNAM con otras dependencias de la UNAM, con el fin de lograr intercambios, coproducciones y elaboración de proyectos comunes.

En lo que se refiere a coproducciones con organismos privados existen trabajos con la Compañía Voxel, S.A., GlaxoWellcome, el Consejo Nacional de Energía y CNI Canal 40 (cuando este no pertenecía a Televisión Azteca).

Es importante mencionar que Televisión Universitaria ha recibido premios y reconocimientos en eventos nacionales e internacionales tales como, la Muestra Internacional de Video sobre las Artes, el Festival de Cine y Video Científico, el Mercado Internacional de la Industria Audiovisual de Madrid, España y muchos otros, según el Lic. Jorge Linares, Subdirector de Planeación.

En lo que respecta a la educación a distancia (inciso d), estrategia pedagógica que esta en continua evolución, dado el constante desarrollo de los medios de comunicación, "no puede menos que aprovechar las ventajas de este medio, ya que es una estrategia pedagógica que está en continua evolución, dado el constante desarrollo de los medios de comunicación para potencializar sus posibilidades", aseguró Guadalupe Medina.⁵³

La investigación en educación a distancia, la sistematización de las experiencias, o simplemente el mantenerse al día en los últimos avances en este campo requiere de un acceso fácil y rápido a la producción de ideas. Desde esta perspectiva la televisión universitaria ha ofrecido un medio invaluable para la difusión del conocimiento y que se

⁵³ Entrevista realizada por Nora Suárez, octubre 1999.

ha vuelto indispensable para difundir entre todos los interesados en educación a distancia los últimos avances sobre materia presentados en los más diversos escenarios.

En materia de servicios de producción Televisión Universitaria ofrece renta y venta de más de 5000 horas de imágenes de stock en video, así como un número considerable de programas y series que se encuentran a la venta en video. TV UNAM ofrece servicios de producción tales como transmisión en vivo y en tiempo real para videoconferencias interactivas, a través de sus estudios o desde cualquier parte del país, ya que cuenta con una Unidad Móvil con Sistema de Microondas.

En este momento se puede mencionar al objetivo tres que dice:

“Incrementar sustancialmente los recursos económicos extraordinarios a través de coproducciones, venta de servicios y material televisivo, así como por medio de patrocinios y donaciones”.

Desgraciadamente los costos de estos servicios no permiten recuperar la depreciación del equipo y al mismo tiempo se retarda su actualización, ya que la institución cuenta en este momento con:

- Sistema Portátil Betacam SP:

1 Cámara Betacam SP DXC-537 SONY PRO con grabadora integrada y lente Fujinon TV-7 16 x 9.

1 kit de iluminación Lowel con 3 lámparas de 650 W, cortadoras, tripics y portafiltros.

1 tripic O'Connors con cabeza O'Connors 50.

1 micrófono de mano Elektro Voice RE-15

1 Monitor SONY mod. PVM-8020

10 Baterías NP-1B

- Sistema Portátil ¼ Umatic

1 cámara Ikegami HL-79e con lente Angenieux 14X o cámara SONY DXC-M7 con lente Cannon 15 x 9.5

1 cassetteera SONY BVU-110 o SONY VO-6800

1 Kit de iluminación Lowel con 3 lámparas de 650 W, cortadoras, tripies y portafiltros.

- Unidad Móvil

3 máquinas ¾ SONY BVU-800

1 switcher SONY Mod. BVS-3200 con capacidad de 8 entradas y cromakey.

1 consola de audio 8 canales SONT MXP-2000 16 canales 4 grupos y 4 compresores.

3 cámaras JVC CCD y 2 cámaras SONY DXC M7 con CCU hidráulicos O'Connors.

1 deck tascam 122

2 plantas eléctricas de emergencia.

9 micrófonos.

1 generador de caracteres quantum Q-3000.

- Estudio equipado con 4 cámaras (14m x 14m).

4 cámaras Ikegami Mod. HL 79-E con CCU MA 69.

4 tripies O'Connors.

3 máquinas ¾ SONY BVU-800.

1 switcher SONY Mod. BVS 3200C con capacidad de 8 entradas y cromakey.
1 consola de audio 8 canales SONY MXP 2000 16 canales 4 grupos y 4 compresores.
1 grabadora de carrete abierto.
1 deck tascam 122.
1 generador de caracteres Quantum 522.
1 generador de caracteres Quantum Q-300 y micrófonos.
1 CD estuder Mod. D70031.
Staff completo.
Iluminación computarizada.

- Foro 14 x 14
- Video-sala Pola Weiss. Cupo para 59 personas.⁵⁴

Debido a esta situación las producciones no manejan los estándares de calidad para transmisión de las televisoras privadas.

En el último punto del objetivo dos se habla de un centro de acopio de información, TV UNAM cuenta con el “Departamento de Información y Documentación”, que se encarga de conservar, organizar y controlar el material videográfico que produce o que adquiere la institución, además, Televisión Universitaria forma parte del “Catálogo Nacional de Programas de Televisión”, este proyecto incluye a cuarenta y seis instituciones nacionales de carácter educativo, cultural, científico y de acción social “es el resultado de un desco compartido que entre otras cosas aspira a la posibilidad de que las obras videográficas,

⁵⁴ <http://www.unam.mx>, consultada en enero del 2000.

resguardadas en estos organismos, puedan ser mayormente difundidas para responder con más oportunidad a los distintos usuarios interesados en ellas: televisoras y distribuidoras; instituciones públicas y privadas; asociaciones civiles, maestros, estudiantes e investigadores”⁵⁵

Este proyecto se realizó con el objetivo de clasificar y ordenar las producciones audiovisuales en nuestro país, para alcanzar una sólida catalogación de este tipo de materiales. Actualmente, el Catálogo Nacional esta en proceso de edición en CD ROM y más tarde será puesto en línea en Internet, que permitirá una consulta sobre más de 15 mil programas, cada uno codificado en una ficha con 17 campos de descripción que permiten obtener información acerca de los títulos, temas y contenidos, incluyendo créditos y datos de realización. Con esto, se responderá a la demanda que sobre los mismos realizan los ámbitos tanto educativo y cultural como el ámbito comercial.

Con esto, Televisión Universitaria cumple su objetivo al convertirse en un instrumento de información y consulta del material audiovisual disponible no sólo en la institución, sino en diversas videotecas del país.

Veamos entonces al objetivo cuatro y último, “Atención al personal de la dependencia”, mediante la sensibilización a la producción que debe responder a criterios universitarios, al respecto el Lic. Jorge Linares, Subdirector de Planeación y Organización de TV UNAM dijo al respecto, “la institución se basa en los objetivos planteados en el Manual de Organización, sin embargo, los únicos que conocen y manejan estos objetivos son los directivos, guionistas y productores, quienes a su vez deben transmitir las necesidades de la televisora y de sus demandantes, en este caso, los profesores y la plantilla estudiantil, en el caso de ser una coproducción se pretende lograr lo mismo, pero sabemos de

⁵⁵ <http://ute.sep.gob.mx/ute/videote.htm>, UTE, consultada en octubre de 1999.

antemano que es muy difícil, en los informes y reuniones anuales que lleva a cabo la institución se tocan todos estos puntos, se refrescan nuestros objetivos y la importancia de cada uno de los colaboradores, pero estamos conscientes de que existe un desapego hacia nuestra misión de una gran parte de los miembros de Televisión Universitaria, incluyendo personal administrativo y de producción”.⁵⁶

En materia de capacitación el Lic. Linares dijo “continuamente se capacita al personal con profesionales, no sólo en el campo de la televisión sino tratamos de dar un desarrollo cultural a cada uno de nuestros miembros, ofreciéndoles cursos de inglés, computación y la posibilidad de cursar una carrera universitaria”.⁵⁷

Es así que Televisión Universitaria cumple en la mayoría de los casos con sus objetivos, pero, ¿son estos objetivos los idóneos para lograr una presencia eficaz dentro de la comunidad universitaria y la sociedad en general?, concluyamos con esto en el siguiente punto de la investigación.

⁵⁶ Entrevista realizada por Nora Suárez, octubre de 1999.

⁵⁷ *Ibidem*, entrevista

CONCLUSIONES

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

A lo largo de estos tres capítulos hemos conocido el desarrollo de Televisión Universitaria a través de la historia de la Universidad Nacional, sin duda sabemos que juega un papel importantísimo en la vida de nuestra Universidad, no sólo como apoyo a la docencia sino como un testigo fiel del acontecer universitario.

Pero retomemos entonces los capítulos de este trabajo, en el capítulo uno presente una actualización de la historia de TV UNAM, ya constituida como el órgano encargado de crear los vínculos entre la comunidad estudiantil, el conocimiento científico y actividades de carácter cultural. En este capítulo queda clara la misión que ha tenido la televisión y que seguirá manteniendo con la comunidad estudiantil y la sociedad en general, contacto permanente con organismos educativos, en apoyo a académicos, estudiantes y público en general, proporcionando servicios técnicos, documentales y videográficos.

Es así como la televisión ha venido a modificar nuestro entorno de manera radical, en ocasiones no podemos estimar con precisión por qué, pero este medio transmite conocimientos, provoca emociones y transforma conductas, es decir, forma valores y actitudes. Y en México se tiene una amplia experiencia en este campo, pues existe casi desde la llegada a México de este medio y fue utilizada para fines docentes, ya que es relativamente barato para actualizar a maestros, apoyar clases y llegar a todos los niveles. Sin embargo, es una tarea difícil para la Universidad el tratar de llevar a la sociedad en general una televisión cultural que utiliza modelos de producción que buscan esencialmente presentar y relacionar contenidos complejos o especializados con el fin de que estos puedan ser comprendidos en un sentido particular o aprehendidos en su significado general por un público medio. Y aún cuando TV UNAM envía cierta

programación a la población esta no contempla el punto principal, la comprensión del concepto por un público general.

Mencionamos también su relación con la Coordinación de Difusión Cultural que ayudó a la institución a integrarse con la docencia y la investigación, de modo tal que se fomentara la participación de la sociedad en general con la comunidad universitaria. Al respecto observé que dicha organización dirige y programa a las distintas coordinaciones culturales, de modo que TV UNAM se convirtiera en uno de los elementos primordiales para complementar su función adquirida para con la sociedad y el estudiantado, de este modo Televisión Universitaria paso de haber realizado funciones básicas, a buscar y cumplir con objetivos específicos.

A pesar de que TV UNAM forma parte de la Coordinación de Difusión Cultural, ésta no participa activamente en las actividades que realizan las diferentes coordinaciones, es decir, en varias o muchas ocasiones Televisión Universitaria graba o mantiene en acervo múltiples eventos culturales, otros los transmite al aire a través de los canales abiertos o de cable pero no mantiene un ritmo constante ni una continuidad para la presentación de este tipo de espectáculos al público en general.

Sobre todo si tomamos en cuenta el nivel cultural de la población en general, quienes no tienen contacto con este tipo de actividades sino es a través de la televisión, por qué no ofrecer de manera sistematizada la cultura que se produce en TV UNAM, no sólo disparar fragmentos al aire, sin un previo contexto, o que simplemente el televidente se acostumbre a ver y a localizar estos eventos. Ya hablamos a lo largo de este trabajo

sobre la presencia de otros canales, ejemplo evidente, el Canal 11 de Instituto Politécnico Nacional

TV UNAM como televisión educativa y cultural debe ofrecer un servicio público como fuente de entretenimiento e información, contribuyendo a la orientación de la comunidad y presentando una educación informal que exprese los valores y ética de todo el país.

Para que TV UNAM pueda cumplir con sus objetivos, tanto general como específicos cuyas conclusiones presentaré más adelante, requiere convertirse en una televisión cultural, estableciendo un canal propio de transmisión, cuya estructura discursiva llene y defina el marco de su producción audiovisual, sin descartar el apoyo docente.

Es así como el capítulo primero incluye un apartado sobre funciones de TV UNAM, éstas nos han quedado muy claras, apoyo a la docencia, difundir actividades artísticas, orientación al estudiante, difusión del pensamiento universitario, entre otros que ya fueron mencionados en dicho capítulo y que han y seguirán siendo la base de la televisión universitaria.

Al respecto podemos decir que debe continuar con estas funciones, pero debe buscar opciones, primero locales (dentro de la Universidad) y luego nacionales, es decir, tiene que trabajar mucho con respecto a su población estudiantil, hacer énfasis en que como estudiantes tenemos un compromiso y la televisión es un medio para cumplir con nuestras obligaciones y aportar conocimientos a los diferentes sectores de la población.

En lo que respecta a su estructura, TV UNAM está constituida totalmente como una organización capaz de proporcionar todo tipo de servicios audiovisuales y de producción.

Para el capítulo dos analizamos los objetivos de la institución partiendo de lo general a lo particular, de este modo encontramos:

- Que los objetivos del cuatrienio 1993-1966 son los mismos para el cuatrienio 1997-2000 y que desde sus orígenes se ha regido básicamente bajo los mismos parámetros.
- Con una visión clara de la misión de Televisión Universitaria, es imprescindible modificar y adaptar los objetivos a las necesidades más apremiantes tanto de la Universidad como de la sociedad en general.
- El objetivo general de Televisión Universitaria cumple con su función de vincular a la comunidad universitaria con la población en general, a través de sus programas de carácter científico y cultural, sin embargo, esta investigación demostró que no ha mantenido una presencia eficaz y directa con la sociedad en general, como hablábamos anteriormente, esto se ha comprobado con la revisión del rating obtenido en sus transmisiones, ya que estos no han superado ni siquiera un punto en el área del Distrito Federal y cero puntos a nivel nacional. Es de esperarse, ya que los tiempos de transmisión tanto en Televisa como en TV Azteca no son adecuados, varían entre 5 y 6 de la mañana, hora en que difícilmente el público tomará atención de la transmisión (ver gráficas 1, 2, 3 y 4).

En lo que respecta a los cuatro objetivos específicos se puede concluir que:

- Objetivo Uno. Se transmiten las producciones a través de la Red Edusat y canales culturales tal y como lo tiene previsto este punto, pero comenté anteriormente su presencia no resulta eficaz en el ámbito nacional.

- Objetivo Dos. La institución mantiene una comunicación constante con las dependencias, como lo dijo el Lic. Jorge Linares, cumple con su función de apoyo a las dependencias, propiciando co-producciones y la divulgación de las actividades de cada uno de las dependencias.
- Objetivo tres. Se cumple en la medida de sus posibilidades pero tiene que reforzarse ya que la institución necesita aumentar sus ingresos a través de este medio.
- Objetivo cuatro. Los colaboradores de TV UNAM tanto administrativos como de producción reciben capacitación constante y cuentan con las oportunidades que le proporciona el ser un empleado de la Universidad para poder complementar su desarrollo académico.

Por último obtuvimos que el personal de TV UNAM en general desconoce los objetivos con los que trabaja la institución y sobre todo en este período de huelga, donde se ha perdido de alguna manera la cohesión entre los equipos, su ritmo de producción fue afectado y sus instalaciones desalojadas.

BIBLIOGRAFIA

1. Acosta, Magdalena y Dávalos, Federico, Televisión Universitaria, Col. Cuadernos de Comunicación 1 y 2, UNAM, F.C.P. y S. México, 1985.
2. Ferrés J., Televisión y Educación, Paidós, 1991.
3. García Matilla, Agustín, Martínez, Luis Miguel, Una TV para la Educación, Cuadernos de Pedagogía No. 241, Fontalba, España, noviembre, 1995.
4. González Fernando, Gutiérrez Anibal, López Veneroni, Apuntes para una historia de la Televisión Mexicana, Espacio 98, 1ª Edición, México, Marzo 1998.
5. González Treviño, Jorge, Televisión, Teoría y Práctica, Alhambra Universidad, México, 1983.
6. Hernández Sampieri Roberto, Fernández Carlos, Baptista Pilar, Metodología de la Investigación, Mc Graw Hill, 2ª. Edición, México, 1991.
7. Katz, Chaim, Diccionario Básico de Comunicación, Nueva Imagen, México, 1980.
8. Mayntz, Renate, Sociología de la organización, versión española de José Díaz García, Alianza Editorial, España, 1990.
9. Melgar, Ivonne, El impacto educativo de la televisión, Cuadernos de pedagogía, Fontalba, España, 1986.
10. Paoli, J. Antonio, Comunicación e Información. Perspectivas Teóricas, Trillas, México, 1990.
11. Rojas, Soriano, Raúl, Guía para realizar Investigación Sociales, UNAM, México, 1998.
12. Subdirección de Planeación y Organización, Manual de Organización de la Dirección Gral. De TV UNAM, TV UNAM, México, 1999.
13. Subdirección de Planeación y Organización, Anteproyecto: Canal Universitario de Televisión, UNAM, marzo de 1999.

14. UNAM, Presupuesto, UNAM, México, 1997.

15. UNAM, Presupuesto, UNAM, México, 1998.

HEMEROGRAFIA

1. Aprendizaje abierto a distancia. Boletín Proyecto Principal de educación de América Latina y el Caribe, UNESCO/OREALC No. 37, Santiago de Chile, agosto 1995.
2. Guevara Niebla, Gilberto, "Televisión y Escuela, urgencia de un Reacomodo", Revista Educación 2001 No. 11, abril 1996.
3. Proceso, Núm. 342, México, 1983.

PAGINAS WEB

1. <http://www.unam.mx>
2. <http://scrpierte.dgsca.unam.mx/rectoria/htm/plan9798.htm/mision>
3. <http://ute.scp.gob.mx>

ENTREVISTAS

Realizadas por Nora Suárez Vega.

1. Guadalupe Medina, Productora, TV UNAM, Octubre 1999.
2. Gustavo Picasso, Realizador, TV UNAM, Octubre 1999.
3. Javier Feria, Camarógrafo, TV UNAM, Octubre 1999.
4. Jorge Fargat, Camarógrafo, TV UNAM. Octubre 1999.
5. Jorge Linares, Subdirector de Planeación y Organización, TV UNAM. Octubre 1999.