

60429
21A



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

RADIO UNIVERSIDAD AUTONOMA DE AGUASCALIENTES:
UNA PROPUESTA DE PROGRAMAS.

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P R E S E N T A :
JUAN PORFIRIO BUCIO BUCIO

DIRECTOR DE TESIS: FERNANDO MUNGUIA RODRIGUEZ



MEXICO, D. F.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2003



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.

16 Bibliotecas de la
sistema electrónico e impreso el
trabajo recepcional.

Dirección General de Bibliotecas de la
sistema electrónico e impreso el
trabajo de mi trabajo recepcional.

RE: Juan Perforio

Bucio Bucio

02-06-03

23

INDICE

INTRODUCCION.....	3
I UN MARCO TEÓRICO: LA RADIODIFUSIÓN Y LAS TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN	
1.1 Breve semblanza de las teorías.....	6
1.2 El fenómeno de la Radio a la luz de las teorías de la comunicación	8
1.3 Concepto de comunicación y radio.....	10
1.4 La radio en México.....	20
1.5 Medios de comunicación y nuevas tecnologías.....	28
1.6 Antecedentes de la Radio Universitaria en México.....	35
1.7 Caso de Radio Educación.....	40
1.8 Caso Radio UNAM.....	51
II LA RADIODIFUSION EN AGUASCALIENTES: UNA PROPUESTA UNIVERSITARIA	
2.1 Historia de la radiodifusión en Aguascalientes.....	55
2.2 Educación Superior en Aguascalientes.....	61
2.2.1 Universidad Autónoma de Aguascalientes.....	62
2.3 Radio Universidad Autónoma de Aguascalientes.....	68
2.4 Propuesta de Programas radiofónicos para Radio UAA.....	80
2.4.1 Voces de Aguascalientes.....	82
2.4.2 Jóvenes XXI.....	86
III PERSPECTIVAS DE LA RADIO UNIVERSITARIA EN PROVINCIA: A MODO DE CONCLUSIONES.....	
	90
BIBLIOGRAFÍA Y HEMEROGRAFÍA.....	109
ANEXOS	
I Esquema de radiodifusión de México.....	115
II Esquema de radiodifusión Universitaria.....	116
III Cronología de Radio UNAM.....	117
IV Esquema de radiodifusión de Aguascalientes	119
V Número de directores de Radio UAA.....	120
VI Carta de programación de radio UAA.....	121

INTRODUCCIÓN

México es y ha sido desde su más remota historia, un país en el que conviven pueblos, culturas e identidades diversas. Es una sociedad étnica y culturalmente plural. Por lo mismo, los comunicadores tratan de responderse la siguiente pregunta: ¿Cómo concebir y manejar al nivel de los medios este pluralismo, y qué papel se les ha asignado día a día, en la tarea de construir una sociedad mejor?.

En el contexto de la variedad étnica y cultural del país, existe un medio de comunicación colectivo entre otros, que proporciona los mecanismos para permitir la sobrevivencia de las especificidades comunitarias; este medio es la **RADIO**

La radio es un medio de comunicación colectiva, con una de las más amplias coberturas a nivel nacional, además de fácil manejo y comprensión. La simultaneidad del medio, el costo limitado de la infraestructura técnica, el bajo precio de los receptores, la calidad sonora cada día mejor y la posibilidad de recibir los mensajes sin disponer de una formación técnica y cultural previa, hacen de la Radio un medio de comunicación elemental en cualquiera sociedad de hoy.

Cabe mencionar que el avance tecnológico en el mundo actual, obliga a los medios de comunicación a una constante renovación y especialización como pilares básicos para poder penetrar y mantenerse en la preferencia de un público cada día más vanguardista.

El problema planteado en la tesis se refiere a descifrar las necesidades y los cambios de Radio Autónoma de Aguascalientes en el período de 1977 a 1988. Con esta información ya resuelta avanzaremos para conocer cuál es el tipo de programación más conveniente para que, sin que tenga un perfil comercial, esta emisora pueda captar mayor audiencia posible.

Dado que, un obstáculo que enfrentan las emisoras no comerciales radica en las pocas facilidades que se les otorgan y la mínima apertura que se da a los medios de comunicación permisionados. Radio UAA, es uno de estos casos en los cuales se han presentado dificultades para seguir transformándose y contar con nuevas tecnologías que le permitan mejorar su trabajo y ser complementaria en relación con la radio comercial.

Por otra parte, es importante señalar que la mayoría de las estaciones de radio a nivel nacional son concesionadas y sólo una pequeña minoría son permissionadas.

Con base en el papel que juega la radio como difusora de la cultura, educación e información en una sociedad, buscamos cubrir tres objetivos fundamentales. Inicialmente, analizar el desarrollo y papel que desempeñan aquellos medios radiofónicos que están fuera del centralismo de la capital, pero que tienen presencia dentro de las entidades de la República.

Asimismo, es nuestro interés dar a conocer la gran labor comunicativa de la emisora universitaria Radio Universidad Autónoma de Aguascalientes (Radio UAA), en el periodo 1977 a 1988.

Finalmente, este trabajo tiene la finalidad de brindar **alternativas** eficaces de acción que reditúen un mayor número de radioescuchas, y por ende, se logre la permanencia y liderazgo de la estación en tan competido mercado.

En Aguascalientes, Radio UAA es considerada como una emisora plural, democrática y abierta a todas las ideologías. Gracias a esta apertura se ha incrementado su presencia entre la población dado su desarrollo en los últimos años, apoyando el nivel cultural, educativo y participativo. Esto la ha convertido en un medio de comunicación alternativo para el auditorio universitario y para la sociedad en general.

Las hipótesis en las que se apoya nuestra investigación, señalan que el papel de la radiodifusión mexicana en las universidades cobra mayor relevancia al emitir programas (culturales, analíticos, de crítica, educativos e informativos), con enfoques distintos a los transmitidos por las emisoras comerciales.

Tal relevancia se obtiene al involucrar al radioescucha en los temas de interés y creándole el hábito de ser más participativo con el fin de tener mayor contacto entre emisora, universidad y sociedad.

La radiodifusión en Aguascalientes se desenvuelve actualmente en un ambiente más propicio para la apertura educativa y ella será un pilar importante para que la UAA pueda avanzar hacia una política cultural más acorde con la globalización actual.

Es importante señalar que, en este trabajo no se plantea analizar los casos existentes y precedentes de la radio cultural, ya que sólo se tomarán en cuenta como referencia, como aportaciones históricas, para la integración de esta tesis.

En este trabajo se incluyen; los objetivos, las metas, el desarrollo, los cambios, y el papel que ha jugado la radiodifusora universitaria en la sociedad de Aguascalientes con el fin de obtener datos más verídicos de su historia. De igual manera, se tiene la finalidad de conocer cuáles son sus perspectivas para continuar penetrando en el auditorio, conocer su historia y con los resultados obtenidos, hacer la propuesta de dos programas radiofónicos que cumplan con las expectativas y se acoplen a las metas establecidas por la propia estación, para aumentar la participación e interés del radioescucha.

El presente estudio se integró en tres capítulos: el primero incluye la línea metodológica seguida así como el marco conceptual básico para los posteriores apartados. Este capítulo fundamentalmente presentó la historia de la radio en el país, su desarrollo tecnológico y su relación con la Institución Universitaria. Trataremos dos casos: Radio Educación y Radio UNAM.

En el segundo capítulo se da un panorama breve sobre la Universidad Autónoma de Aguascalientes la historia de radiodifusión en la entidad y su especificidad en el ámbito de la comunicación Universitaria. En este capítulo se hacen dos propuestas de programas para la Radio UAA.

Concluimos nuestra investigación con un tercer capítulo en donde doy los resultados metodológicos y teóricos de mi investigación, así como algunas recomendaciones que, esperamos, sean de utilidad para futuros trabajos sobre las radiodifusoras universitarias en la provincia mexicana. Por último, se incluye la bibliografía y hemerografía utilizada para esta investigación y los anexos correspondientes.

CAPÍTULO I UN MARCO TEÓRICO: LA RADIODIFUSIÓN Y LAS TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN

1.1 Breve semblanza de las teorías

En estos tiempos de cambios y de modificaciones en los paradigmas teóricos, no resulta de interés para un trabajo profesional en comunicación el describir por enésima ocasión la historia de la radiodifusión. Más interesante nos parece el poner sobre la mesa de estudio las diferentes teorías que originalmente se han ocupado de la comunicación de masas y también de las teorías que han tratado de explicar el papel de la radiodifusión en contextos nacionales o internacionales específicos.

Las teorías se diferencian desde las problemáticas que abordan. En este sentido, en el planteamiento mismo del problema se empieza a delinear la tendencia teórica del investigador. Así, la teoría de la comunicación tiene asignado un papel clave en las respuestas a interrogantes claves e incluso, en la definición misma del objeto de estudio. Por ello, podemos decir que en la teoría se encuentra el común denominador de todos esos enfoques dispares y contradictorios, o por lo menos una respuesta tentativa sobre las diferencias y semejanzas entre ellos.

Escribir una tesis, sugiere echar mano de un marco teórico que la sustente. Pero cómo decidir cuál o cuáles teorías, de qué tendencias o enfoques, de qué escuelas de pensamiento y de qué procedencia. Eso, nos lleva a aceptar que teorías hay muchas, de diferentes corrientes y sobre diferentes aspectos de ese polisémico término que es la comunicación. Unas abordan el análisis del proceso de la comunicación desde la psicología, otras lo hacen desde la sociología, otras desde la filosofía y otras más desde la economía Política. Preguntarse cuáles privilegiar en nuestro estudio, cuáles adoptar y cuáles rechazar, es una tarea de la mayor importancia.

Para responder la anterior disyuntiva basta reflexionar en que la adopción o rechazo de las teorías debería pasar por un cuidadoso proceso de análisis comparativo y cuestionamiento de cada una de ellas. Podemos decir, por ejemplo, que durante los años setenta, la teoría de la comunicación en México y en América Latina cayó en un teoricismo aplastante que, lejos de legitimarla y hacerla útil para definir nuestro campo de estudio, oscureció el debate, lo polarizó en extremos ideológicos sin matices y distanció severamente a los teóricos (profesores e investigadores) de los prácticos (Profesionales y comunicadores).

Posteriormente, en los ochenta y principio de los noventa, las teorías de la comunicación en México y América Latina experimentaron una renovación saludable y necesaria. Importantes investigadores de la comunicación han criticado la sobre-ideologización de los enfoques teóricos, la escasa preparación técnica de los autores en los diferentes métodos cuantitativos y cualitativos de investigación y el divorcio entre los estudiosos de la comunicación y los profesionales de la misma.

Afortunadamente, hoy en día, la estrechez ideológica de adoptar ciertos modelos teóricos y rechazar otros sin la menor consideración racional de por medio, ha quedado atrás, y se comienza a dar un diálogo entre los distintos paradigmas y a desarrollar trabajos realmente interdisciplinarios en el estudio de la comunicación.

La primera pregunta que dividió a las corrientes se refiere a la definición de si la comunicación es una ciencia o es un campo de estudio interdisciplinario. De las respuestas que se daban surgieron dos corrientes que por años han estado encontradas. Estas dos corrientes podemos catalogarlas como la corriente Positivista y la corriente Crítica. La corriente positivista defiende a la comunicación como ciencia en tanto la crítica la ubica tan sólo como un campo de estudio.

La metodología del **enfoque crítico** se plantea problemáticas distintas tales como el apoyo que prestan los medios de comunicación y sus mensajes a la difusión de la ideología dominante de las élites económicas y políticas, así como a la obstaculización del necesario cambio social.

Aunque por mucho tiempo, Marxismo y Teoría crítica se identificaron, actualmente, existen nuevos enfoques que consideran al científico social como activistas sociales y comprometidos de lleno con el cambio de los sistemas actuales. La corriente crítica se caracteriza por situar el estudio de los medios masivos de comunicación dentro del más amplio contexto social y los analiza no en forma aislada, sino en sus relaciones con otras organizaciones e instituciones sociales. Estos teóricos consideran el proceso de la comunicación como un proceso social y visualizan a los medios masivos de comunicación como organizaciones dedicadas a la producción y distribución de significados sociales.

Los enfoques críticos tuvieron su origen en Europa. Primero el Marxismo y luego, sus numerosas derivaciones en enfoques denominados neomarxistas, basados en las aportaciones de la Escuela de Frankfurt, Althusser, Gramsci, Barthes, Williams y Hall, entre otros, surgieron en los países de la Europa Occidental y desde allí se exportaron a América Latina. En esta región, en un principio, se adoptaron y se enriquecieron con raíces y características muy latinoamericanas aunque durante los años sesenta y ochenta, muchos estudios hayan retomado los enfoques europeos tan acríticamente como se había hecho antes con los positivistas.

En la actualidad, América Latina ha hecho aportaciones importantes a nivel internacional en el campo de los enfoques críticos, con los planteamientos conceptuales de la escuela culturalista latinoamericana, representada entre otros autores, por Jesús Martín Barbero, Néstor García Canclini, Guillermo Orozco y Jorge A. González.

Dentro de los críticos, existen numerosas subdivisiones y énfasis. Entre los críticos, hay autores que privilegian el estudio de condicionantes económico políticos que obligan a los medios a servir a los poderosos, y otros que prefieren centrarse en el análisis de mensajes o en la capacidad de las audiencias populares para resistir la manipulación ideológica de los medios, como los culturalistas europeos y latinoamericanos.

Finalmente, debo señalar que cada vez con mayor frecuencia la etiqueta de *críticos* resulta menos útil para caracterizar a los nuevos enfoques teóricos. Por vías diferentes, los enfoques críticos de mayor auge hoy en día, los culturalistas, se han distanciado del pesimismo de las tradiciones críticas previas y han roto con la concepción de las audiencias pasivas y fácilmente manipulables.

1.2 EL FENÓMENO DE LA RADIO A LA LUZ DE LAS TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN

Una vez que hemos pasado revista, aunque somera, a las teorías de la comunicación de masas, a continuación estamos en la posibilidad de presentar cuál será el estatuto teórico de la presente tesis. Sin embargo, para ello aún nos falta determinar cuáles son las teorías que acerca de la radio se han desarrollado. El examen no será largo, basta señalar que hasta donde sabemos, no hay una teoría a cerca de "la Radio" sino varias interpretaciones que cubren el aspecto más genérico de los medios de comunicación.

La visión de la Radio que tengo, y en la cual me apoyo en esta tesis coincide con la del Teórico Madrileño Miguel Ángel Martín-Caro Sánchez ¹la cual es una interpretación que, acorde con las tendencias actuales, combina el análisis de las condicionantes socioeconómicas con los estudios más "micro" referentes a las características de los mensajes. La hemos seleccionado porque pensamos que coincide con la propuesta de las radios universitarias tal como estas instituciones las instrumentan.

El hilo conductor que nos propone este teórico es el de la radio como servicio público, es decir, como elemento social, político y económico, en el contexto de la mercantilización que nos impone la era de la globalización. En este sentido, su teoría es actual aunque rescata mucho de las corrientes críticas y las corrientes del "imperialismo cultural". Básicamente su teoría es un alegato a favor de la radiodifusión como servicio público y para contrarrestar la oleada globalizadora que nos inunda hoy en día.

Su postura empieza desde señalar para él qué es el servicio público, porque ni defensores ni detractores de la radio lo especifican. Finalmente, señala Martín-Caro el objetivo no es la lucha conceptual o teórica sino la pelea por las audiencias, el despliegue de medios, la capacidad de trabajo, la pelea por el pastel publicitario etc.

Dos elementos centrales de la radio actualmente, son el servicio público y las nuevas tecnologías pues serán estos factores los que, sostendrán el edificio de la radiodifusión sonora en el siglo XXI. Asimismo, su argumentación trasciende al considerar "un tanto maniqueísta" el planteamiento de oponer la radio pública a la radio privada, toda vez que la empresa privada y la pública son complementarias en su labor de mediación social.

"Una vez conocidos algunos de los elementos básicos del debate que se desarrolla en torno de la calificación como servicio público de la radiodifusión, con especial referencia a la radiodifusión sonora y sus posibilidades con las que cuenta para el cumplimiento de los cometidos encomendados constitucionalmente."

¹ Martín-Caro Sánchez, Miguel Ángel. La radio del siglo XXI, un servicio público en la economía global Pág. 13 Edt. Fragua. Madrid, España.2000)

La propuesta de Martín-Caro se refiere también al cambio de las funciones tradicionales de Informar, formar y entretener por el sentido más amplio de información, participación y educación. Y en este sentido, la Radio que propone como paradigma de aquellas cuya función no es predominantemente vender, se resume en esas tres tareas: un medio de comunicación que informe, que permita la participación social y que apoye en la educación.

En este sentido, este autor aboga por un medio de comunicación que incorpore lo entretenido a lo cultural y lo educativo a lo entretenido y lo práctico-informativo a ambos "gran innovación que nos acercaría a los orígenes de lo que es (era) el juego, la formación, la cultura y en definitiva la vida".

Mi propuesta es acercar la función de las radiodifusoras universitarias, y en especial, la de la Universidad Autónoma de Aguascalientes a esta idea del servicio público, en la cual hay una administración diferente y una programación acorde con una institución sin fines de lucro. Pero antes de pasar a este punto, es conveniente abordar los conceptos de comunicación de radio y de manera general, la historia de la radio en México, así como dos ejemplos destacados de radiodifusoras universitarias en el país: Radio UNAM y Radio Educación.

1.3 CONCEPTO DE COMUNICACIÓN Y RADIO

La puerta que nos permite el acceso al mundo de la cultura es el fenómeno de la comunicación.²

Comunicar significa transmitir sentimientos, emociones, estados de ánimo, motivaciones, proyectos e información de una cultura con el apoyo de un lenguaje, en un proceso de interrelaciones sociales entre personas de generación a generación.³

La complejidad con que se empezó a comunicar el hombre con sus semejantes hizo que evolucionara el primitivo lenguaje de indicios que utilizaba, dando paso al uso de códigos simbólicos con los que se elaboraron y transmitieron mensajes conceptuales surgiendo el lenguaje verbal.

² Flores, de Gortari, Sergio. Hacia una comunicación Administrativa Integral. Pág., 27 Ed. Trillas México, 355pp.

³ I. Montaner, Pedro., Yano, Rafael. ¿Cómo nos comunicamos?, Pág. 136. Del gesto a la telemática, Biblioteca de Recursos didácticos, Alambra. México .1996.

Este lenguaje verbal es quizás el código de señales más extendido y utilizado por el hombre con el fin de expresar sus ideas y transmitir la información generada y acumulada desde la aparición del ser humano en la tierra.

El lenguaje es considerado como una manifestación cultural que comprende una síntesis interpretativa del mundo sobre cosas materiales, ideas, artefactos, conceptos morales, creencias y representaciones, a través de sonidos y del proceso de guturación pasando a la fonación, expresando el pensamiento, los sentimientos, acciones y deseos con lo cual comienza la historia de la comunicación.⁴ Así, la comunicación en el ser humano es fundamentalmente interacción social. Todos los miembros que pertenecen a una comunidad están relacionados entre sí por un patrimonio común de símbolos, hábitos sociales y culturales manteniendo, compartiendo, y difundiendo nuevas formas de relación social, nuevas identidades y nuevos objetivos.

El desarrollo de la comunicación del ser humano ha pasado por un proceso de cambios, desde el pictórico, el mímico, el lenguaje verbal y la imprenta. Todos, han implementado nuevas formas de comunicación con sus semejantes, cuyas partes o componentes interaccionan y se influyen recíprocamente, en este orden se considera a la comunicación como un medio y no como un fin en sí.⁵

La comunicación a través de la expresión oral puede ser directa, de persona a persona, de persona a grupo, intergrupala o masiva. La estructura del lenguaje es el vehículo de comunicación del hombre, de una sociedad, de una cultura, de una civilización para su progreso, estos son conceptos que recíprocamente se reafirman en una proximidad indisoluble. Por lo tanto, al crearse una interacción social, la comunicación pone en movimiento estos procesos.

La voz humana puede compararse con el transmisor de radio en cuanto es capaz de traducir el sonido en ondas electromagnéticas. El poder de la voz para dar forma al aire y al espacio dentro de pautas verbales puede estar presidida por una expresión menos especializada de gritos, gruñidos, gestos y órdenes de canto y baile.

⁴ Ibid. Montaner, Pedro., Yano, Rafael. Pág. 15

⁵ Ibid. Flores, de Gortari. Pág. 27.

Al considerarse a la palabra en su doble dimensión, de señales y símbolos como canal de comunicación entre personas, el hombre ha buscado nuevas formas de emitir información a mayor distancia, más rápido y a un número ilimitado de gente, apoyándose en el desarrollo de la ciencia y la tecnología.

Cabe mencionar que los medios de comunicación no nos reemplazan, sólo nos apoyan para acelerar el proceso de la evolución de nosotros mismos, de alentar para progresar, o sea, es el principio y el fin de toda cultura y de la cual la técnica forma una parte complementaria. Con la evolución de los medios electrónicos al margen del desarrollo de la comunicación social, es de considerar la inclusión de las nuevas tecnologías en los medios de comunicación a las cuales nos referiremos más adelante.

RADIO

La palabra RADIO es apócope de dos términos parónimos: radiofonía y radiodifusión. La primera es la parte de la Física que estudia los fenómenos de producción del sonido por la energía radiante, es un concepto de carácter científico que se refiere más a la realidad física del sonido y las ondas, que a la comunicación. Radiodifusión es el sistema de transmisión y comunicación por medio de la radiofonía.

La radiodifusión se refiere, por tanto, a la difusión pública de mensajes sonoros mediante ondas electromagnéticas y es un concepto más amplio que el de radiofonía. Cuando se habla de radio se hace referencia a una parte o a la totalidad de la radiodifusión.

Radio es la abreviatura de radiodifusión, que significa la transmisión a distancia del sonido por medio del aire como canal y las ondas electromagnéticas como soporte de la voz humana y la música, en forma de programas al alcance de un número ilimitado de oyentes.⁶

La comunicación eléctrica aparece en el siglo XVIII. En 1830, surgen los grandes adelantos técnicos y comerciales que habrían de revolucionar las comunicaciones. Entre éstos encontramos la invención del telégrafo y el uso de los cables transatlánticos con los cuales se da paso al teléfono y su explotación comercial.

⁶ Ibid. Montaner, Pedro., Yano, Rafael. Pág. 136

El surgimiento de la radiodifusión es el resultado de un largo proceso de desarrollo técnico y científico realizado a finales del siglo XIX y principios del XX por Hertz, Maxwell y Marconi quienes a través de sus experimentos hicieron posible el origen de la radiocomunicación.⁷

Posteriormente, con las aportaciones de Ohm, Hertz, y Marconi nace la telegrafía. Hacia la mitad de la primera guerra mundial nace la radio usada principalmente en el ámbito militar con fines bélicos, propiciando la extensión de las redes radiofónicas. En 1936, aparece en Inglaterra la televisión, como medio para la difusión de información, entretenimiento, y educación.⁸

La primera estación de radiodifusión surgió en 1920, en los Estados Unidos de América, al paso del tiempo surgieron nuevas estaciones radiofónicas en el mundo. Cuando estalla la segunda guerra mundial, la radio tuvo un papel muy importante, al ser el medio más directo y rápido para transmitir información. Cabe señalar que, la transmisión radiofónica se basa en una onda electromagnética de amplitud (AM) y frecuencia modulada (FM), la primera permite que el sonido tenga un alcance lejos, mientras que la segunda tiene un mayor grado de fidelidad a menor distancia.

Puede decirse que, todas las implicaciones sonoras pueden aplicarse a la radio, el sonido no tiene límites en su origen ni en su difusión, se esparce naturalmente y puede ser recibido voluntaria como involuntariamente. Pero el descubrimiento científico da la posibilidad de transmitir sonidos a través de ondas electromagnéticas, la posibilidad de captar a gran distancia en buenas condiciones acústicas, no fue motivado con el propósito de inventar la radio.

Ésta se fue conformando a partir del aprovechamiento de ese sistema de transmisión, canalizando a través del mismo, mensajes sonoros progresivamente complejos, dotándolos de medios complementarios o potenciadores que a su vez daban pistas para nuevas utilizaciones, aportando métodos más originales de captación del sonido e incorporando paulatinamente contenidos creativos.⁹

⁷ Op. Cit. Flores, de Gortari, Sergio. Pág. 61

⁸ Ibid.

⁹ Muñoz, José Javier, Gil Cesar. La radio teoría y practica. Instituto Oficial de radio y televisión española. España, manuales profesionales. 1994, segunda edición, Pág. 14

El sonido es capaz de hacernos evocar e imaginar lo que nosotros queremos. Tomando en cuenta la naturaleza del sonido, éste puede ofrecer limitaciones en cuanto a su reciprocidad, el auditorio necesita estar atento en el momento en que se lleva a cabo la emisión, de lo contrario, no hay posibilidad de recibir el mensaje.

Por sus características puramente auditivas, la radio puede ser un vínculo de comunicación con todo tipo de personas, de cualesquiera de las siguientes condiciones; social, económica, ideológica y educativa.

La radio es un medio que llega a un público externo, inconmensurable, incontrolable, es un medio de información instantáneo, es barato en cuanto a producción y adquisición. También afecta íntimamente a la mayoría de la gente de persona a persona, pues ofrece un mundo de comunicación inesperada entre escritor-locutor y oyente. Esto constituye el aspecto inmediato de la radio.¹⁰

El público de la radio no necesita de un entrenamiento o atención especial para recibir el mensaje, ni mucho menos saber leer y escribir, convirtiéndose en un medio de comunicación necesario para las comunidades de analfabetas. La radio es un medio de comunicación ambivalente, instrumental, a distancia, colectivo, directo, reciente, efímero y que utiliza como vehículo primario el sonido.¹¹

La radio como medio de comunicación es un complejo tecnológico que pone en contacto a dos sujetos (emisor y receptor). La radio y todos los medios de comunicación a distancia producen significaciones de una manera distinta a la comunicación interpersonal, donde emisor y receptor comparten el espacio físico y el tiempo real del acto de comunicación.

Cualesquiera de los medios de comunicación social es el resultado de un cúmulo de elementos técnicos y creativos heterogéneos y en su mayor parte, inespecíficos: no han sido creados para ser prensa o para ser radio o televisión.¹²

¹⁰ McLuhan, Marshall. La comprensión de los medios como las extensiones del hombre. Ed. Diana. Pág. 364

¹¹ Op. Cit. Muñoz, José Javier, Gil Cesar, Pág. 17

¹² Ibid. Muñoz, José Javier, Gil Cesar, Pág. 14

Al continuar experimentando en el desarrollo de la radio con la finalidad de tener un mayor alcance de transmisiones, se descubrió la posibilidad de difundir no sólo voz y música, sino también diversión, entretenimiento y los sistemas de información de noticias y de tránsito vehicular forman parte para enaltecer el poder innato que la radio tiene de implicar unos con otros.

El poder propio de la radio se pone de manifiesto ante las personas cuando realizan diferentes actividades -sin tener que dejar de hacerlas- con el propósito de procurarse un mundo privado propio en medio del gentío. Por lo que se considera a la radiodifusión como auxiliar habitual del trabajo productivo, por "acompañar" al auditorio cuando realiza otro tipo de actividades.

Por tal, la radio es el medio de comunicación (público, colectivo o de masas) más importante en situaciones de emergencia. Se señala también que la radio utiliza elementos expresivos ya existentes en otros medios y cada uno de ellos toman de lo anterior contenidos y fórmulas expresivas, las transforma o enriquece y origina a su vez técnicas, códigos, fórmulas y géneros nuevos o distintos.¹³

Ésta también es apreciada como un medio de comunicación de imágenes sonoras que puede transmitir grabaciones realizadas en el pasado y situaciones en vivo, es decir, se escuchan en el momento mismo de su ejecución, a esto se le conoce como instantaneidad, esta es una de las características de la radio, la televisión y las nuevas tecnologías hoy día.

También el lenguaje que utiliza la radio puede coincidir o no con el de los demás canales, sistemas o medios, pero no pierde por ello su identidad. Cuenta con su propio lenguaje, un sistema de códigos compartido (códigos conceptuales y códigos físicos- sonoros), pero moldeado y presentado de modo peculiar hasta el punto de constituir un sistema distinto de los ya existentes.¹⁴ Accede en los espacios hogareños donde los niños, jóvenes y adultos pueden sintonizarla, provocando que sus transmisiones estén reguladas por una censura y autocensura general, formal o informalmente establecida considerándose como un medio por el cual llegan palabras o símbolos auditivos, con un carácter expresivo específico.

¹³ Ibid. Muñoz, José Javier, Gil Cesar. Pág. 13

¹⁴ Ibid. Muñoz, José Javier, Gil Cesar. Pág. 14

Su lenguaje es el conjunto de elementos sonoros que se difunden para producir estímulos sensoriales estéticos o intelectuales o para crear imágenes.

La radio también da al auditorio su propio círculo personal y privado; al mismo tiempo, contribuye a lo trivial del mundo mercantil y publicitario común de la canción y de la resonancia creando en la persona una especie de aislamiento independiente que lo hace remoto e inaccesible.¹⁵

La radiodifusión da vida al animador, locutor y comentarista de programas informativos, de diversión, musicales, de opinión y de crítica generando con ello, una explotación de los hombres o empresas para crear imperios, mercados comunes con intereses comerciales, propagandísticos y periodísticos al producir ganancias económicas y políticas restrictivas a la censura en los medios de comunicación.

La estrategia comercial de la diversión asegura automáticamente, para cualquier medio, la velocidad y la fuerza de impacto tanto en la vida síquica como en la social.¹⁶ constituyéndose así, la programación que predomina en las radiodifusoras comerciales, ofreciendo a las comunidades locales y regionales, programas banales dejando de lado aspectos de cultura o educación.

Por lo tanto, podemos señalar que la comunicación, la cultura, la educación y la radiodifusión han sido y son parte fundamental, cada uno llevando una secuencia en el desarrollo de las diferentes etapas en la vida del hombre. La comunicación colectiva en los medios masivos como la prensa, el cine, la televisión y la radio sirve de enlace entre los diferentes niveles de la sociedad. Asimismo, busca llegar a lugares a los que otros medios de comunicación no tienen presencia.

Otro aspecto que cabe señalar, es el papel relevante que juega la radio frente a los otros medios de comunicación en las entidades fuera de las grandes urbes, mismas que por sus características, le permite responder a las necesidades de grupos específicos. Asimismo, la radio puede llegar a las comunidades campesinas y marginadas. Y es que, a diferencia de su papel en las ciudades, en los Estados de la República Mexicana se establece un mayor contacto con el auditorio, de ahí que se utilice para informarlo, orientarlo y motivarlo. También se da una mayor identificación y cercanía entre emisor y receptor, en gran medida, se debe al tamaño de las diferentes ciudades.

¹⁵ Op. Cit. McLuhan, Marshall, pág. 364

¹⁶ Ibid. McLuhan, Marshall. Pág. 373

La población acostumbra a utilizar a la radio regional como "teléfono" para mandar mensajes, para promover festejos de todo tipo e incluso, fiestas religiosas. Por otra parte, la manifestación de la cultura por medio de la radio ha sido a través del tiempo parte importante para los radioescuchas al ser ésta una de las principales funciones para la cual fue creada, a pesar de transmitir en forma diferente lo que conocemos como cultura.¹⁷

Sin embargo, no tiene la misión de culturizar¹⁸ a la humanidad. Esa es una de las posibilidades o de sus funciones más ricas, pero que comparte (subsidiariamente o no) con otras instituciones sociales. También desempeña una labor pedagógica y divulgativa. Si no cualitativa al menos cuantitativamente mayor que ningún otro medio de difusión masivo.

La vida del hombre moderno ha cambiado radicalmente en los aspectos sociales, culturales, con lo cual se puede decir, que hay una nueva era en la historia de la humanidad, dado que han logrado avances en las ciencias naturales y humanas e incluso sociales, con un gran progreso de la técnica e incremento de los medios que ponen al hombre en comunicación con sus semejantes.

De éstas provienen las características de la cultura moderna: las llamadas ciencias exactas cultivan el juicio crítico; los estudios psicológicos explican más profundamente la actividad humana; las disciplinas históricas contribuyen mucho a que sepamos ver las cosas en lo que tienen de mudable y evolutivo; los modos de vida y las costumbres se van uniformando cada vez más.

La industrialización, urbanización y otros fenómenos que impulsan la vida comunitaria dan lugar a nuevas formas de cultura (cultura de masas), de las que proceden nuevas formas de pensar, de obrar, de descansar y al mismo tiempo, el creciente intercambio entre las diversas naciones y grupos humanos, desarrollando así una cultura más universal.

Esta cultura subjetiva sale al campo, contacta, relaciona, confronta otras expresiones igualmente subjetivas, humanas, y brota la cultura objetiva cuyo vehículo normal es la educación.¹⁹

¹⁷ * **Cultura:** Es la creencia, los valores, y las formas de pensar del hombre en sociedad. La cultura es un sistema de ideas y creencias no sólo en un tiempo determinado, sino en una sociedad tanto local como mundial. Prieto, Francisco. Ensayos. Radio y Cultura. El universo de la radio N° 1. Pág. 13 México 1996

¹⁸ **Culturizar:** Acción de ejercitarse en las artes, las ciencias, la educación y la tecnología., Ibid.

¹⁹ **Educación:** Es todo proceso social bilateral, o interacción social, por el cual elementos culturales son transmitidos de un individuo ó grupo a otro individuo ó grupo, de tal modo que éstos no sólo pueden adaptarse y cooperar a su conservación y transmisión posterior, sino oponerse a ellos y contribuir a su modificación. Escudero, Yarena, Ma. Teresa. "La comunicación en la enseñanza". México. Ed. Trillas 1982

La complejidad cultural del hombre hace que se divida en tres niveles su proceso educativo, nivel elemental, nivel secundaria y nivel superior, con los cuales se pretende instruirlo en cualesquiera de las diferentes carreras que se vinculen con el proceso de producción a fin de cubrir sus necesidades profesionales y personales.

Es de considerar que, en el artículo tercero de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, se indica por norma general, los estudios deben de ser gratuitos y obligatorios dentro de las leyes de cada nación, pero también hay que señalar que existen deficiencias como el analfabetismo y los bajos presupuestos asignados a las instituciones, generando con ello, el retraso de los planes y proyectos de estudios, aunado a la deserción de los estudiantes de bajos recursos económicos, problemas que aún están por resolverse. A todo lo anterior se le conoce como educación formal.

La complicación de la cultura y la consecuente acumulación de tareas y contenidos de la educación han suscitado la creación de instituciones educativas privadas que restringen la función educacional desempeñada antes por las academias públicas, que hoy día resultan insuficientes por la alta demanda de los jóvenes que quieren estudiar una carrera.

Junto a la escuela figuran otros mecanismos de escolaridad: la familia, el centro de trabajo, el ambiente, el espectáculo, el entorno social, de una manera informal estamos adquiriendo conocimientos que se pueden conjugar para ser más cultos dentro de una sociedad en constantes cambios. A estos aspectos se les conocen como educación no formal e informal.

La educación formal, es un producto de la escritura y comparte su jerarquía, su repetición y a menudo su excelencia con otras instituciones afines. También se señalan aspectos como la búsqueda de una educación alternativa al considerar que la escuela era ineficaz, e ineficiente por lo cual se concluye, la educación formal es inadecuada para la gente a la que está dirigida.

Del mismo modo, la escuela está perdiendo terreno frente al incremento demográfico y por la falta de financiamiento para su expansión, de igual forma se considera que por su misma naturaleza, el sistema educativo originó su propia demanda al crear una jerarquía vertical mal adaptada a las realidades del empleo.

De igual forma, se sugiere la alineación peculiar de la escuela para favorecer las poblaciones urbanas de clase media y alta, debido a que sus antecedentes socioculturales se combinan con las exigencias de las escuelas para conseguir mejores resultados aumentando la participación de las masas en el proceso mismo.

Como lo hemos mencionado, la educación no formal, es toda actividad educativa organizada y sistemática realizada fuera de la estructura del sistema formal, para impartir cierto tipo de aprendizaje a determinados subgrupos de la población, ya sean adultos o niños. La educación informal, es el proceso que dura toda la vida, por el cual cada persona adquiere y acumula conocimientos, capacidades, actitudes y comprensión a través de las experiencias diarias y del contacto con su medio.²⁰

Finalmente, la educación no formal se cuenta con el apoyo de la televisión y la radio, esta última como medio para transmitir información y brindar capacitación básica a los adultos, según los programas de alfabetización fuera de la escuela, además por ser una alternativa poco costosa. Por otra parte, la televisión al igual que los *videocassettes* no son utilizados como la radio, por el alto costo de ambos y por que en ocasiones, no se cuenta con las instalaciones adecuadas para su producción.

Es de reconocer el gran trabajo de aquellos espacios que en la actualidad, son esenciales para el radioescucha, quien tiene la oportunidad de elegir aquellos programas que son de su interés, sin embargo, los de tipo cultural y educativos no tienen tanta preferencia como los programas musicales.

A través de diferentes tipos de programas que las radiodifusoras permisionadas difunden, se invita al radioescucha a que forme parte de los cambios que se están generando ya sea local, regional, nacional o mundial, en los que se crean espacios donde el radioescucha tome parte de esos sucesos por medio de la información, de los mensajes, creándole una conscientización de la importancia que éstos juegan en su entorno, a diferencia de los medios comerciales quienes los envuelven en una sociedad de consumidores.

²⁰ López, Moreno, Salvador. La educación centrada en la persona. Manual moderno. Pág. 20. México 1983.

El acceso a esta industria radiofónica por parte de las autoridades gubernamentales, quienes propician la censura y autocensura en cuanto al tipo de programación de las radiodifusoras, es una manera de ejercer poder y control social sobre la población por parte de dichas autoridades. Con ello, es más difícil que el radioescucha con diferente ideología perciba la realidad de diversas maneras, convirtiéndose no nada más en un proceso psicológico dentro de sí, sino en un problema de cultura.

1.4 LA RADIO EN MÉXICO

La historia de la radio en México se inició, con Porfirio Díaz en 1902 con las primeras pruebas de telegrafía sin hilos desde Veracruz, siendo la Dirección General de Telégrafos Nacionales (DGTN) la encargada de instalar otros transmisores en algunos Estados del país. En 1911, la Red de Radio Nacional (RDN) contaba con nueve estaciones que tenían comunicación con otras naciones del continente.

Para 1914 Francisco Villa adquirió cuatro equipos de radiotelegrafía para comunicaciones militares, dos años después, Alemania regaló al gobierno de Venustiano Carranza un radiotransmisor y ese mismo año el 31 de octubre la radiotelegrafía quedó incluida en un decreto expedido por el mismo. En 1919 comenzó la radio experimentación con telefonía por parte de Juan Buchanan, Jorge Peredo y otros.

El 27 de septiembre de 1921, los hermanos Gómez Fernández transmitieron dos canciones mediante un pequeño transmisor De Forest, de 20 mil watts, desde el Teatro ideal, en la calle de Dolores. En octubre de ese mismo año el Ingeniero Constantino de Tárnavara Jr. Realiza el primer programa en vivo de estudio en su estación TDN (Tárnavara Notre Dame). Un año después se funda la Liga Mexicana de Radio experimentadores.

En enero de 1922 el presidente Álvaro Obregón, exhorta a los ciudadanos interesados a instalar estaciones de radio, con lo cual sentó las bases para el inicio de la radiodifusión comercial.

La historia de la radio en nuestro país es un tanto incierta algunos estudiosos de este tema mencionan como La primera estación radiofónica: La Casa del radio, fundada en 1922 por Raúl Azcárraga Vidaurreta, otros señalan que en 1921 Constantino de Tárnavara en Nuevo León, Monterrey, estaba en vías de experimentación con las ondas hertzianas.

En ese mismo año, José de la Herrán y Fernando Ramírez obtienen el patrocinio para instalar una estación de carácter experimental que luego se transformó en la CYB emisora de la cigarrera Buen Tono y posteriormente, cambió a XEB La B Grande de México.

A finales de ese mismo año comenzó a transmitir la JH, primera estación diseñada y construida en México por José Ruiz de la Herrán. La llamaban la estación experimental y cultural de la Secretaría de Guerra y Marina, oficialmente fue inaugurada el 19 de marzo de 1923, con transmisión musical a cargo de cantantes de la propia Secretaría.

En 1923 fuera del Distrito Federal, el ingeniero Constantino de Tárnava obtiene la licencia para operar su emisora en Monterrey, Nuevo León, con las Siglas 24-AQ, que posteriormente se convierte en la XEH. En marzo de ese mismo año es inaugurada la Primera Feria Internacional de la Radio, en el Palacio de Minería y en mayo es inaugurada la CYL, primera estación comercial, propiedad del periódico EL Universal y la casa del radio. Para septiembre la fábrica de cigarros El Buen Tono inaugura la CYB (hoy XEB).

En 1924 se instalaron las estaciones CYE, de la Secretaría de Educación Pública, la CYX del periódico Excélsior, y la del periódico El Mundo. El 21 de abril de 1926, durante el gobierno de Plutarco Elías Calles se expide la primera ley en materia de comunicaciones eléctricas, añadiéndose en la radiodifusión estatal la difusión de información de carácter comercial e industrial a la programación cultural.

En ese mismo año había 16 emisoras. Para 1929 existían 19 y, al terminar 1934 se contaba con 54 estaciones comerciales y 5 oficiales. Al final de la década de los treinta pasaban de 100 las radiodifusoras comerciales en todo el país, dando paso a la consolidación de la radio comercial en México.²¹

La radio en México en los años treinta y cuarenta tuvo un gran auge, cuando aparece la XEW estación de entretenimiento, noticias y cultura, teniendo el apoyo de capital norteamericano dirigida por Emilio Azcárraga Vidaurreta, quienes desean incrementar sus ganancias, presencia y competencia no sólo nacional sino internacionalmente, con miras a aumentar su monopolio.

²¹ Etemérides, Guglielmo Marconi: pionero de la comunicación global. Texto basado en el video sobre Guglielmo Marconi, del Instituto Italiano di Cultura. El universo de la radio, Vol. I N° 1, 1996. Pág. 55-58.

Para 1940 el entonces Presidente Manuel Ávila Camacho promulga la Ley General de Vías de Comunicación, sujetando las concesiones a las necesidades del desarrollo nacional. En 1942 entra en vigor el Reglamento de las Estaciones Radiodifusoras Comerciales, Culturales, de experimentación científica y de aficionados.

En 1960 por interés estatal, surge la Ley Federal de Radio y Televisión donde se reafirma el dominio directo del espacio territorial por parte de la nación y la operación de canales sólo mediante concesión o permiso previo. Además de las ya mencionadas disposiciones en materia de radiodifusión, existen 36 disposiciones entre leyes, reglamentos, convenios internacionales, acuerdos, decretos, y un Contrato ley, las cuales reglamentan y fiscalizan a los concesionarios.

En los años setenta, se vuelve a dar un auge de las radiodifusoras incrementándose considerablemente esta industria con 111 nuevas emisoras en todo el país. En 1973 el entonces presidente Luis Echeverría Álvarez promulgó el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión con lo cual se pretende tener un amplio marco sobre los medios de comunicación en nuestro país junto con las otras Leyes Federales de Radio y Televisión, y de la Industria Cinematográfica.

En la actualidad, son vigentes estas normas y leyes que rigen a los medios de comunicación, las cuales resultan ya obsoletas con los avances tanto tecnológicos como de espacios abiertos utilizados para ser más plurales, democráticos y con una perspectiva de tener un mayor acercamiento con los radioescuchas, a pesar de que en los últimos años se han realizado numerosas peticiones a las autoridades correspondientes por parte de los estudiosos, investigadores y de los propios dueños o directores de los *massmedia* para que se dé una verdadera actualización legislativa que regule el uso y las modificaciones de éstos en beneficio de los receptores.

Con los cambios de la tecnología en la radiodifusión, se dieron nuevas opciones para incrementar la audiencia en nuestro país. Como en todo el mundo, podemos encontrar emisoras de tipo abierto, restringida o una combinación de ambas.

En México una emisora abierta, es la que está conformada por las estaciones de Amplitud Modulada (AM) y Frecuencia Modulada (FM), esta última surge en nuestro país en 1952 con la estación XHFM-Radio Joya. Fue hasta 1966 que se da la implementación de la estereofonía en las estaciones de FM, en primer término de la XEOY-FM EstéreoMil.

En las estaciones de AM la estereofonía se utilizó en 1970 con la emisora la XETRA-AM para una transmisión abierta en el ámbito mundial, y hasta 1980 se utilizó con regularidad por conducto de la XEOY-Radio Mil propiedad del núcleo Radio Mil.

En la actualidad, son cerca de 50 emisoras de las 819 existentes en el país las que han solicitado el permiso para operar en el sistema estereofónico, esto por la falta de receptores, ya que desde hace años en México no se fabrican y sólo están establecidas maquiladoras en la frontera, además los fabricantes se han enfocado a mejorar e incursionar en las nuevas tecnologías.

A partir del uso de los satélites la señal de la radio llega de manera inmediata y con una gran calidad de sonido a cualquier parte de nuestro país o más allá de nuestras fronteras, con la retransmisión de emisoras locales, dejando de lado el uso de las microondas o de las líneas telefónicas.

También el empleo de las cintas de audio digital (siglas en inglés DAT) se están intensificando en la radio, el disco compacto y la aplicación de la computadora haciendo más sencillo el manejo operativo de una estación de radio.

Actualmente, las cifras que manejan la Cámara de la Industria de la radio y la televisión, da a conocer el número de las radiodifusoras que funcionan en el país 1,198 estaciones, divididas en tres frecuencias A.M., F.M., y Onda Corta, de las cuales las emisoras comerciales son mayoría con 1,332 y se desempeñan a través de una concesión otorgada por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) y las restantes 195 son permisionadas entre indígenas y culturales. **(Ver anexo I)**

La radio es un medio de comunicación que se ha caracterizado por la difusión de la pluralidad, la crítica y la divergencia con la forma y estilo de dirigirse a sus radioescuchas, es por ello, que se debe de tomar en cuenta a la radiodifusión regional, dado que forma parte de un todo y hoy día está presente en los procesos de internacionalización y participación que están caracterizando al desarrollo nacional en el sector económico, social, político, y cultural de nuestra sociedad.

En 1993 el Ejecutivo intentó llevar a cabo modificaciones a la relación entre el Estado y los medios; hace mención de la relación entre política, economía, cultura y la tecnología que cada día son más complejas en el desarrollo de una sociedad dados los cambios que ésta requiere para seguir avanzando acorde a sus necesidades. Incluso, en la economía global y la ya mencionada relación con el Estado y la sociedad, el compromiso de la radio -o la falta de éste- con la difusión cultural y la utilización de las tecnologías son temas fundamentales en la problemática de la comunicación social en el mundo.²²

Para que en México se diera esa fusión entre empresas nacional y extranjera según las expectativas de la globalización, se necesitaba modernizar la tecnología vieja que utilizaba este sector, o en su caso, recurrir a la llamada tecnología de punta para estar a la par con las telecomunicaciones de los países del primer mundo y así atraer más inversión extranjera.

Por lo anterior, durante 1993 se realizaron diversas acciones con el fin de actualizar las normas y modernizar tecnológicamente a la radio, televisión y en general, la infraestructura de telecomunicaciones del país.

En ese mismo año en el Diario oficial se publicaron las nuevas normas técnicas para los sistemas de Radio y Televisión las cuales estuvieron a cargo de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) en conjunto con la Cámara Nacional de la Industria de Radiodifusión y la Cámara Nacional de la Industria de Televisión por Cable.²³

Con la difícil situación por la que atraviesa la industria de la radiodifusión desde 1991 debido a la baja en la inversión publicitaria, en 1993 los propietarios de estos grupos dieron origen a una disputa comercial para captar mayores inversiones.

²² Op. Cit. Mejía, Barquera. Fernando, pág. 5.

²³ Ibid. pág. 12

Estos cambios son desde el diseño de nueva imagen a las emisoras (la transformación de sus formatos de programación), en sus contenidos para hacerlos más novedosos a los anunciantes y los radioescuchas y así, alcanzar las metas de incrementar sus ingresos que se vieron afectados, entre otros factores, por la captación de éstos por parte de la televisión.

Aunado a estos cambios se realizaron modificaciones en la organización administrativa de las difusoras con lo cual se pretendía una importante efectividad mercantil, es por ello la relevancia que tienen las alianzas comerciales que se dieron en 1993 entre los grupos radiofónicos, con los cuales pueden ofrecer un mayor número de estaciones y radioescuchas a los anunciantes con atractivos paquetes publicitarios de comerciales.

A finales de 1991, en México se empezó a dar una difícil situación para la industria de la radio en el aspecto de la inversión publicitaria, de ahí se deriva que para 1993, se de una fuerte disputa comercial entre los diversos grupos radiofónicos por captar un porcentaje mayor de ingresos.

Es precisamente en 1993, cuando se da un fenómeno interesante: la alianza comercial entre grupos radiofónicos para ofrecer a los anunciantes paquetes publicitarios conformados por *spot* que puedan ser transmitidos por un número mayor de estaciones con el fin de que lleguen a más radioescuchas.

La primera alianza se produjo en marzo de 1993, entre el grupo Cristal Cima y Somer, para efectos de comercialización d espacios publicitarios con una cobertura de 113 estaciones (33 pertenecientes a Somer y 80 a Cristal Cima) en 55 ciudades de la República.

En Marzo del mismo año, se dio otra mancomunidad entre Frecuencia Modulada Mexicana y el grupo Imagen Comunicación en Radio.

Otra coalición se dio en septiembre del mismo año, entre Núcleo Radio Mil (NRM) y Agentes de Radio y Televisión (ARTSA).

Una nueva operación que se da durante 1993, fue la compra por parte de grupo Televisa de seis estaciones de ARTSA en Jalisco.

Por último el convenio que se da entre Radiodifusoras Unidas S.A. (RASA) y la estación 6.20 -ubicada en el D.F.-, para ser administrada.²⁴

²⁴ Mejía, Barquera, Fernando. Ecos de los medios en 1993. Pág. 14-15. Revista Mexicana de comunicación. Año 6 N°33. Enero- Marzo. México 1994.

Asimismo, se manifestó una diferenciación inicial con el cambio de formatos, transformando la imagen y diseñando programas a base de contenidos a las estaciones, que probaron ser atractivos para anunciantes y escuchas. También se dieron cambios a las estructuras administrativas de sus empresas, para captar mayor eficiencia comercial.

Adrián Vargas Señala, que la tendencia de México hacia la globalización nos tiene que llevar a conductas que hoy se practican en todo el mundo. Las fusiones estratégicas son muy importantes, porque nos vamos a enfrentar a un mercado mucho más agresivo, con o sin Tratado de Libre Comercio.²⁵

Con los cambios globalizadores que se han incrementado en el mundo también ha aumentado el interés de las empresas mexicanas de comunicación por internacionalizarse, ya sea cotizando en la bolsa de valores del extranjero, o invirtiendo en infraestructura fuera del país a través de proyectos expansivos con empresas foráneas para transmitir señales desde México, tal es el caso de GRC (Grupo Radio Centro) que siguió los pasos de Televisa al poner en la bolsa de valores una cantidad de dinero quizás no obteniendo las ganancias esperadas, pero consiguiendo utilidades.

Con la crisis desatada en diciembre de 1994, a principio de 1995, la industria de la radio se dieron nuevamente transformaciones en su estructura, contenido y estrategias de crecimiento.

Entre las transacciones realizadas en 1995, resalta la realizada entre Radiodifusión red, de corporación Medcom y grupo Radio Centro (GRC). En enero de 1996, GRC adquirió el 67% de las acciones de R. Red., sumados a un 33% iniciales. A cambio GRC, cedió el 27% de sus títulos a Medcom, con la posibilidad de readquirir dicho paquete.

También sobresalió la estrategia de comercialización conjunta entre grupo ACIR y ARTSA. Se trató de una operación mediante la cual ACIR integró a su infraestructura tres estaciones de ARTSA, que serán administradas con el nombre de ACIR, y los ingresos por publicidad en partes iguales entre ambos grupos.

En marzo de 1995, Stereo cien del grupo SOMER se alió a Núcleo Radio Mil (NRM).

²⁵ El Nacional, pág. 15. México, DF. 25 de Octubre de 1993.

En caminata a ofrecer mejores opciones de comercialización fue la alianza entre Radorama (con 161 estaciones propias y afiliadas) y grupo siete.²⁶

Cabe mencionar, que todas las modificaciones a las que nos hemos referido con anterioridad, son únicamente en la cuestión tecnológica y las fusiones para aumentar sus inversiones comerciales que se han llevado a cabo en la industria radiofónica, buscando incrementar sus ganancias económicas.

Pero falta hacer cambios en la Ley Federal de Radio y Televisión y en el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, éstas rigen la labor de los medios de comunicación, las cuales han sufrido transformaciones pero no significativas, en particular para el desarrollo de las radiodifusoras que pertenecen a instituciones de educación superior, que requieren de profundos cambios.

Raúl Jardón señala, los cambios más trascendentales en los medios de difusión han ocurrido bajo el impacto de dos factores esenciales: por un lado, los grandes movimientos populares que se traducen en demanda de información y análisis objetivos y plurales y, por otro, la actitud, conciencia, trabajo y mayor profesionalismo de cada vez más periodistas incluso de los directivos quienes abandonan el compromiso ilegítimo de informar lo que se quiere y como se quiera.

También señala que, la sociedad y los medios de difusión mexicana han cambiado para bien y para mal, a raíz de la apertura hacia el exterior. Con respecto a la legislación menciona. La legislación en la materia constituye un obstáculo para el desarrollo de los medios, un freno para las aspiraciones sociales de una información confiable y una traba para la verdadera libertad de expresión.²⁷

²⁶ Mendoza Villalba, Patricia. La radio Metropolitana en 1995. Pág. 20-22. El Universo de la radio Vol.1 N° 1

Sosa Plata, Gabriel. México 1995

²⁷ Jardón, Raúl. Leyes para la libertad, pág. 25. Revista Mexicana de Comunicación. N°37, Oct-Nov, 1994. Secretario General de la Delegación sindical de Radio Educación.

1.5 Medios de comunicación y nuevas tecnologías.

La aparición y el desarrollo del habla, la introducción de la escritura, y el surgimiento de la imprenta en la comunicación como procesos del desarrollo comunicativo identifican al hombre culturalmente como miembro de un grupo, al igual que, la utilización de los medios de comunicación electrónicos, los cuales constituyen una cuarta revolución, manifestándose de forma diferente en la historia de las comunicaciones.²⁸

La palabra comunicación, antes de aplicarse en la edad de la electricidad al movimiento de la información, había sido ampliamente utilizada en relación con las vías terrestres y marítimas, los puentes, los ríos y canales. Esto al aplicarse a la comunicación en los inicios del transporte, para enseguida aplicarse por conducto de la electricidad a la información.²⁹

Los individuos y las comunidades reciben a través de los medios masivos de comunicación —radio, televisión, cine y periódico, conocidos como medios tradicionales— información, entretenimiento, con programas de noticias, de opinión, de crítica, musicales, propaganda publicitaria, y en una menor escala programas educativos con el fin de ampliar su cultura.

El hombre actual se identifica con objetivos de comunidades más amplias que las estrictamente locales, o nacionales con objetivos, políticos, económicos, comerciales y culturales. Para poder participar activamente en su desarrollo necesita cada vez más y mejor información.

El aspecto que se encarga de dar respuesta a estas necesidades es la técnica, está se ocupa de crear sistemas de comunicación más rápidos y eficaces para llegar a un mayor número de posibles receptores.

La comunicación social es la aplicación de los principios de las técnicas de información sociológicas, políticas, económicas, educativas y culturales, para la difusión de datos vertebrados, estructurados, sistematizados y estetizados, dirigidos a grandes conglomerados.³⁰

²⁸ Op. cit. Flores de Gortari, Sergio. Pág. 305

²⁹ Op. cit. McLuhan, pág. 175, *Understanding Media. The New American Library*, 1964, citado por Op. Cit. Flores de Gortari, pág. 322.

³⁰ *Ibid.* Flores de Gortari. Pág. 324

Vivimos los últimos momentos del concepto actual de los medios de comunicación social. Los medios tradicionales, radio, televisión y prensa en todas sus variantes, dividen a las personas en emisores y receptores de mensajes. Se habla todavía de los *massmedia*, pero la multiplicidad de las fuentes de emisión de mensajes y el desarrollo tecnológico están causando la desmasificación de los canales.³¹

El desarrollo científico y tecnológico, son algunos resultados del progreso en las técnicas de la ciencia de la comunicación. En la actualidad, nuestra sociedad y la de los de más países están implementando el desarrollo de la ciencia y la técnica en los medios de comunicación tradicionales, quienes buscan más espacios de información, a través del uso de los satélites, de la digitalización y de la computadora.

Como parte de este proceso los medios de comunicación se industrializaron, y perfeccionaron sus sistemas y su tecnología al participar de las características de las empresas de producción de masa, homogeneizando sus técnicas y contenidos para adaptar mensajes al público en general, al afirmar con ello, la relación existente entre una sociedad y su sistema de comunicación social. En suma, la comunicación es elemento básico generador de sociabilidad.

La sociedad contemporánea, está regida por el modelo económico de sociedad de consumo. La comunicación en este sentido, es el marco teórico y práctico para investigar, planificar y realizar los procesos de la vida moderna: social, política, económica, militar, educativa y cultural. Con la finalidad de revisar la capacidad de las sociedades hacia nuevos cambios que beneficien su desarrollo.³²

Es lamentable la falta de economía para obtener las nuevas tecnologías y la formación profesional de la gente que interviene con su labor en éstos. Por ejemplo, en materia de información no se pueden emplear los medios de comunicación eficientemente, sobre todo en aquellas regiones más apartadas de las grandes urbes y en la que se da una escasa participación de la sociedad en el desarrollo productivo en general.

³¹ Op. Cit. Muñoz, José Javier, Gil, Cesar, pág. 18

³² Ibid. Flores de Gortari, Sergio, pág. 307

La paz, la libertad, la justicia social y el bienestar son los principales ideales que persiguen las naciones, las bases para alcanzarlos son: la comprensión entre los pueblos, la protección de los recursos alimenticios, el desarrollo del bienestar, la prosperidad económica de las naciones y las posibilidades de desarrollo de los individuos, que serán esenciales en nuestro futuro. La tecnología de la información en la comunicación puede y debe cumplir una función importante para ir más allá de consideraciones meramente económicas y comerciales.³³

Es de tomar en cuenta las inadecuadas condiciones sociales que se dan en las naciones tanto desarrolladas como las que están en vías de desarrollo con las desigualdades económicas entre ricos y pobres, que hoy día están más marcados e incluso se está incrementando.

Para impedir que se generen nuevos conflictos es esencial la cooperación internacional, que junto con la implementación de las nuevas tecnologías jugarán un papel importante al tener un mayor alcance, además del bajo costo en los equipos utilizados, así como complicadas técnicas de producción, beneficiando a los gobiernos para reducir estas desigualdades.

Es importante conocer la posición que ocupan los medios de comunicación en un determinado sistema sociocultural, las funciones que desempeñan, el contexto cultural dentro del cual comunican sus creencias y sus valores humanistas y dominantes, los cuales se verán reflejados al momento de comunicarse.

Los cambios que se han generado en los medios; prensa, televisión y radio han sido afectados de forma distinta: por ejemplo, en la primera, el alto costo de la materia prima básica el papel, ha obligado al cierre de empresas dedicadas a la prensa escrita, aunándose la poca preferencia sobre los diarios escritos debido al poco interés por la lectura y el analfabetismo que aún existe en nuestro país. La televisión por razones técnicas y económicas no llega a todas las comunidades. En cambio la radio, es un medio barato, más simple, cómodo, versátil y fácil de adquirir.

³³ Heinz-Werner, Poelchan. Nuevas Tecnologías de la Información. La Cooperación Internacional vista desde Alemania. Perspectivas, Vol., XVIII, N° 3, septiembre 1997. Pág. 45.

Sin embargo, esto se transforma cuando los medios de comunicación electrónicos y la prensa escrita recurren al uso de los satélites, haciendo cada vez más rápido y eficaz, poder acumular y difundir información a un número ilimitado de personas en el menor tiempo posible a través de la comunicación interactiva o de la utilización de la fibra óptica, el uso de estos nuevos canales es lo que se conoce como la aplicación de las nuevas tecnologías a la comunicación.

Con el empleo de las nuevas tecnologías ya no es tan clara la división entre emisores y receptores. Existe no sólo un intercambio en la comunicación, sino también una interacción creciente y de modo más claro en los medios audiovisuales. La comunicación interactiva, está todavía lejos de su desarrollo completo.³⁴

Otro de los aspectos que han modificado el uso de los medios de comunicación masiva es el método de multimedia*, reflejo de la sociedad de consumo. Coloca al receptor en un marco brutal de impacto le transmite información al mismo tiempo que gratifica sus sentidos y satisface su necesidad de recreación y de formación. Esto es el perfeccionamiento de la comunicación mixta.³⁵

En México, se iniciaron las bases desde 1988-1994 en la incursión del mundo multimedia para no correr el riesgo de estar en la dinámica de los medios de comunicación en el manejo operativo y de sus contenidos; de ahí la necesidad de acercarnos y conocer los actuales y previsibles desarrollos tecnológicos con el fin de tomar las acciones pertinentes.³⁶

La tecnología de las telecomunicaciones no discrimina lugares y aun en los países y regiones más pobres del mundo se puede contar con la tecnología más avanzada. En nuestro país estamos en un proceso de revolución de telecomunicaciones, en las que se realizan investigaciones para determinar cuáles podemos utilizar.

Hoy día, ya se pueden encontrar este tipo de tecnologías en la mayoría de los medios de comunicación y poco a poco se están incorporando a la vida cotidiana de la población, esperando contar con la infraestructura adecuada a las necesidades nacionales e internacionales rumbo al nuevo siglo.

³⁴ Op. Cit. Muñoz, José Javier, Gil, Cesar. pág. 18

³⁵ Op. Cit. Flores de Gortari, Sergio. pág. 323

* **Multimedia:** Es el uso de varios medios al mismo tiempo combina movimiento, imagen, cine, música y exposiciones gráficas.

³⁶ Sosa, Plata, Gabriel. Nuevas Tecnologías en radio: pasado, presente y futuro. pág.1. Ponencia presentada el 12/10/1995.

Las sociedades actuales, se distinguen por buscar más espacios de información, al jugar un papel importante los medios de comunicación electrónicos, es el caso de la radiodifusión que es decisiva aun más que la televisión y los medios impresos, por su alcance y su pronta captación de la señal en lugares alejados, al ser una función básica y de relevancia sociocultural; también por que contribuye al estímulo de la producción y comercialización de bienes y servicios.

Estas nuevas tecnologías tienen una relación con la economía, al adaptarse a las exigencias nacionales e internacionales de globalización, por ello se considera que han provocado cambios trascendentes en todos los sectores productivos y así generar modificaciones en las otras tecnologías.

Estamos en permutación de una sociedad industrial a una sociedad de la información que está en constante cambio en el mundo entero en los aspectos; social, económico, político, educativo y cultura, por lo tanto, es imposible hacer un estudio por separado de cada uno de estos ámbitos.

Ante ello, no hay manera de prever si, o en dónde, las nuevas tecnologías de procesamiento y comunicación electrónicos de información producirán un florecimiento de la ciencia, la cultura, y las artes, pero sí se pueden considerar los estilos intelectuales que las nuevas tecnologías pueden hacer posible, para un nuevo renacimiento.

El desarrollo tecnológico de la radiodifusión actualmente permite el uso de equipo de transmisión más sofisticado buscando mejorar la calidad con la cinta de audio digital (sus siglas en ingles DAT), el disco compacto, las computadoras y las grabaciones en forma digital para tener una competencia con otros medios de comunicación.

También se ha implementado la estereofonía y más recientemente, el uso de los sistemas de satélites y con ello, la exploración de bandas de frecuencia en servicios de Televisión de Alta Definición y la Radiodifusión Sonora; la apertura de los medios de comunicación hacia la gente está creciendo, con el fin de proporcionar los conocimientos, las posibilidades de congeniar y optar por las diferentes formas ideológicas de otros países que tienen mayor avance y desarrollo.

Sin embargo, está latente la amenaza de la desintegración del hombre y la sociedad en este denominado siglo de las comunicaciones, en todas las expresiones culturales, esto por la falta de una comunicación eficaz.³⁷

La soledad de la masa, la hostilidad de las grandes ciudades, el clima de violencia, la rivalidad que origina el consumismo, son unos cuantos motivos por los que el ser humano se siente en nuestro tiempo y en nuestra civilización aislado del prójimo. La radio es un medio directo, en vivo, para el hombre es esa dosis de comunicación tan vital, en la cual no se sienta sólo y sí miembro de su comunidad.³⁸

Aparte de los avances tecnológicos, la importancia que tienen los medios de comunicación es el impacto que generan en los receptores al tratar de copiar formas de vida, de modificar costumbres, tradiciones, el propio lenguaje y los modismos que les transmiten estos medios.

En los medios de comunicación, son de gran importancia las nuevas tecnologías entre éstas las señales satelitales en México tienen una gran competencia, que está creciendo con la apertura que están viviendo otras naciones, quienes tendrán mayores oportunidades de contar con satélites que son financiados por particulares.

Las facilidades de acceso a los medios de comunicación, están ocasionando una excesiva información y monopolización de los propietarios de estos medios, con la finalidad de crear bloques en el ámbito nacional e internacional, para tener un mayor control sobre éstos y las sociedades, al atender a intereses económicos y comerciales de los grupos en el poder.

Reitero, la industria de la comunicación genera una impresionante cantidad de noticias en todo el mundo. La inserción de los medios en lo general y su relación cada vez más compleja en los ámbitos económico, político, cultural y tecnológico con el Estado y la sociedad, su compromiso – o la falta de éste- con la difusión cultural, la utilización de las sofisticadas tecnologías en el ejercicio del periodismo son temas fundamentales en la problemática de la comunicación social hoy día en el mundo.³⁹

³⁷ Op. Cit. Flores de Gortari, Sergio. pág. 18

³⁸ Op. Cit. Muñoz, José Javier, Gil, Cesar. pág. 19

³⁹ Mejía Barquera, Fernando. Ecos de los medios de comunicación en 1993. Revista Mexicana de Comunicación N° 33 ENE- MAR, 1994. México DF. Pág. 33.

En los noventa, las empresas líderes en el ramo de la comunicación toman acciones tendentes a avanzar en la modernización tecnológica, realizan movimientos para integrarse en la red de las alianzas e inversiones internacionales al establecerse dentro de la economía global.

Los medios de difusión masiva y la sociedad de la República Mexicana han experimentado cambios a raíz de la apertura hacia el exterior, bajo el impacto de dos factores esenciales: por un lado, los movimientos populares que se traducen en la demanda de información, análisis objetivos y plurales, por el otro lado, la actitud y la conciencia de quienes informan, no así de la legislación en la materia que parece constituir un obstáculo para el desarrollo de los medios.⁴⁰

En nuestro país, la radiodifusión sonora en las dos bandas hasta 1995 era recibida por el 95% de la población; sin embargo, en muchos municipios de todo el país no reciben una señal a través de este medio en su propia localidad, quizás por no contar con la infraestructura adecuada, que es requerida por las autoridades. Además, se da un desarrollo desequilibrado con lo cual la calidad no es satisfactoria y hoy día no incorporan las nuevas tecnologías en sus equipos por la falta de economía para conseguirla.

En este rubro, podemos encontrar las estaciones permissionadas a instituciones de educación superior públicas y privadas, cuya programación está orientada principalmente a la difusión cultural. Al considerar que no se están integrando las nuevas tecnologías por la falta de infraestructura de cableado de banda ancha en el país para implantar los servicios interactivos de voz, sonidos, datos e imagen. Y por otras causas como el poco presupuesto que otorga el Estado a esas necesidades.

Por último, señalaremos que los avances y el desarrollo en los medios de comunicación han conseguido la democratización, el acceso y la facilidad en la apertura de la información la cual anteriormente era reservada a la sociedad de élite. En contrapartida, ha uniformado la conducta y los gustos de los receptores, favoreciendo la apatía de éstos en la participación en los cambios políticos, económicos, sociales y culturales de su comunidad, nacionales e internacionales, al volvernos una sociedad consumista.

⁴⁰ Jardón, Raúl. Leyes para la libertad. Revista Mexicana de Comunicación. N° 37, Oct-Nov. 1994 México DF. Pág. 23

1.6 ANTECEDENTES DE LA RADIO UNIVERSITARIA EN MÉXICO

No hay que olvidar que la radio universitaria cumple una función educativa, cultural, informativa, de análisis y de crítica dentro del marco de referencia de la libre expresión de las ideas.⁴¹

A lo largo de la historia, la radio se convirtió en un medio al alcance de la gente que no sabía leer y escribir, por lo que un grupo minoritario controlaba a la mayoría no educada. Al incrementarse la demanda de aparatos radiofónicos aumentó directamente el uso de los mismos por parte de quienes no tenían acceso a la prensa escrita, extendiéndose su uso, también, entre los diferentes grupos sociales del país. Con lo cual, la radio comenzó a realizar aportaciones en diversas áreas, tanto educativas como informativas y culturales; al aumentar con ello, la participación del auditorio.

Es importante mencionar también que, la radiodifusión mexicana desde sus inicios, se ha caracterizado por brindar apertura a personas con diferentes corrientes ideológicas, quienes empezaron a delinear sus perfiles nacionales. En este sentido, surgieron también radiodifusoras con capital privado, pero apoyadas por las grandes cadenas foráneas; en particular, la norteamericana, con el fin de impulsar programas semejantes a los realizados en EU.

Sin embargo, actualmente, las radiodifusoras cuentan con programas que van desde los anuncios publicitarios, los mensajes, los espacios informativos y de crítica, hasta los de información dedicados al mundo del espectáculo. Existen también los amarillistas o policíacos y los de denuncia. Estos últimos muy escuchados, sobre todo, en las grandes urbes.

La contribución que la radio hace a los diferentes auditorios, es por medio de la variada programación existente, que sirve tanto a mayorías como a minorías difundiendo por diferentes emisoras. Asimismo, la economía nacional se fortalece con el uso de este medio conformándose de diferentes radioescuchas.

⁴¹ Primera Reunión Internacional de radiodifusoras culturales y universitarias (RIRUCE), UNAM, México, pág. 54.

En los últimos años, los radiodifusores han hecho esfuerzos, para contribuir en la formación cívica del radioescucha, informándole sobre temas de todo orden: médico, científico, cultural, histórico, de forma que; quien escucha la radio se entera de mayor número de cosas y eventos que enriquece la radio con el saber; así como el conocimiento del público, para cumplir de esta manera, con la función social de los medios.

La educación en la Radio se emite a través de programas perfectamente definidos en los cuales se difunden conocimientos y amplían el grado de cultura popular del auditorio.

La industria de la radiodifusión hace a la economía nacional una contribución congruente con las condiciones que privan, para las estaciones comerciales. La comunicación comercial, por parte del medio electrónico contribuye al crecimiento y al desarrollo de pequeños, medianos, así como grandes negocios, porque a través de éste se dan a conocer gran cantidad de productos y servicios que la gente aspira a tener y a disfrutar como satisfactor de sus propias necesidades.

Los servicios y productos mencionados están a cargo de profesionales, y son recibidos por trabajadores y empresarios mexicanos, dando a conocer a la gente las distintas opciones que tiene para su compra o dónde los puede adquirir en mejores condiciones. De esta manera, la industria de la radio coadyuva al desarrollo de la economía nacional.

Aun cuando la participación de las emisoras llamadas "culturales" —a través de las cuales, instituciones educativas o entidades gubernamentales emiten transmisiones con fines distintos a los de la radiodifusión comercial—, ha sido minoritaria frente a las estaciones comerciales.

En la historia de la radio mexicana la radiodifusión cultural ha estado presente con la propuesta y el riesgo, de enriquecer las posibilidades de un medio sumamente dúctil con la inclusión de ofertas tan diversas como la programación de música ajena a la que transmiten los circuitos comerciales, o singulares proyectos de comunicación como la radio indígena, auspiciada por el Instituto Nacional Indigenista.⁴²

⁴² Ronquillo, Víctor. Algo más que música, Radiodifusión cultural. Crónica. Memoria de papel N° 12, Diciembre 1994. Pág.

Y no debemos olvidar mencionar dentro de la historia radiofónica a los pioneros que tuvieron la oportunidad de comenzar una gran labor en torno de dicha industria, sin imaginar que se convertiría en un medio de comunicación indispensable en la vida cotidiana de cada receptor, ellos son; Raúl Azcárraga Vidaurreta, Constantino de Tárnava, José R. de la Herrán, Fernando Ramírez y más adelante, Emilio Azcárraga Vidaurreta.

De igual manera, la radiodifusión cultural tiene a sus protagonistas y su historia. Se señala a Radio UNAM y Radio Educación como las precursoras, ejes de las emisoras universitarias del país.

Se tienen antecedentes de otras emisoras que, si bien no tuvieron igual impacto que las anteriores, se les considera como piezas importantes del rompecabezas, debido a que fueron de las pocas estaciones cuya principal característica consistía en ofrecer una opción a los radioescuchas frente a las difusoras comerciales.

Los inicios de la radiodifusión educativa y cultural, tienen su historial en la ciudad de México en marzo de 1923, con la I-J, propiedad del ciudadano argentino - británico Francisco C. Steffens. Para septiembre de ese mismo año en la península de Yucatán, el Partido Socialista del Sureste encabezado por Felipe Carrillo Puerto, con la señal de la CYY; transmitía en lengua maya mensajes educativos y divulgaba los preceptos de la Constitución de 1917. Pero fueron muy cortas las emisiones debido a que Felipe Carrillo Puerto fue asesinado en 1924.

Además de las emisoras citadas, existieron antenas radiofónicas empeñadas en esparcir mensajes culturales por el aire. Entre las que destacan las de los diarios: El Universal, Excélsior, el Herald de México; del Vespertino El Mundo, de don Martín Luis Guzmán y los diarios el Dictamen, del puerto de Veracruz, y El Mundo, de Vicente Villasana; del también puerto de Tampico, Tamaulipas.⁴³

Aun con limitantes tan severas como la falta de tecnología de vanguardia, apoyo económico y recursos humanos especializados, que sitúan a la radio cultural en desventaja en relación con la radio comercial, la función cultural de la radiodifusión ha sido un medio de expresión de las diversas formas ideológicas de los mexicanos, sin importar los estratos sociales o económicos. Y que ha servido en las regiones, para transmitir parte del desarrollo cultural que identifica a diversos grupos de personas; como comenta Jaime Litvak:

⁴³ Gálvez, Felipe. Radio Cultural: en el cuadrante de la soledad universitaria. Gaceta UNAM. 50 Aniversario de radio UNAM. pág. 15. 11 /jun 1987.

"La cultura nacional se convierte en la concatenación de los regionalismos, coadyuvando al establecimiento de normas de conducta y modales que se vuelven la manera de ser del mexicano, independientemente de su origen o lugar en la sociedad".⁴⁴

Por ello, la labor de las emisoras universitarias aunadas a las instituciones de educación superior; juegan un papel preponderante ante los cambios de la apertura económica y globalizadora que estamos viviendo en todos los sectores de la producción.

De ahí la importancia de incrementar la participación activa de la comunidad a través de una invitación en programas radiofónicos, a la resolución de los problemas que aquejan la vida del país.

Cabe recordar que la radio y la cultura, llevan entrelazados el propósito de crear en los radioescuchas valores morales e implementar normas y tradiciones que caracterizan la cultura de una región, mismas que forman parte de la identidad cultural de la nación. Por ello, es importante destacar el papel primordial que juegan las instituciones educativas, debido a que se encargan de preparar a los profesionistas que tendrán la oportunidad de ser partícipes en el desarrollo de producción del país, al buscar el mejoramiento del bienestar de la sociedad en el futuro.

Por tal motivo, las radiodifusoras que pertenecen a diferentes instituciones de educación superior tienen la responsabilidad de formar profesionales cada vez más capacitados para afrontar los retos y cambios que estamos viviendo hoy día. Sin olvidar que, "La radiodifusión universitaria cumple una función educativa, cultural, informativa, de análisis y de crítica dentro del marco de referencia de la libre expresión de las ideas"⁴⁵

Ante tal reto, las emisoras universitarias han realizado diferentes acciones, tendientes a crear un puente de comunicación con los radioescuchas a través de sus programas. Para lo cual, llevan a cabo reuniones nacionales e internacionales, buscando entablar un intercambio de sus experiencias, a partir de su incursión en la vida de los radioescuchas en cada una de sus entidades.

⁴⁴ Litvak, King, Jaime, *Antropología de la Radio en México*, pág. 15, Revista mexicana de comunicación. N° 42, México, investigador del Instituto de Investigaciones Antropológicas.

⁴⁵ Op. Cit. *Primera Reunión Internacional de Radiodifusoras culturales y universitarias*, pág. 54

Sin embargo, no todos los planes y proyectos que se tenían se han realizado, por diferentes cuestiones, tanto económicas como tecnológicas, pero principalmente, porque a la mayoría de los radioescuchas estos programas no le interesan. Dado que en la actualidad, los programas de interés para el radioescucha son aquellos que informan de ciertos hechos o acontecimientos y que lo pueden beneficiar, incluyendo los musicales; que son los de mayor preferencia por el auditorio.

Cabe mencionar la labor de la Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Educación Superior (ANUIES) a través del "Programa Nacional de Extensión de la Cultura y los Servicios, (PNECS)",⁴⁶ para que las instituciones que están afiliadas a ella mejoren y amplíen la calidad de los servicios que ofrecen a la sociedad.

Es importante tomar en cuenta que el discurso* en muchos medios de comunicación comerciales carece de significado y éstos sólo pretenden ser espacios amarillistas a través de personajes o figuras que se vuelven un estereotipo para otros comunicadores, utilizando los micrófonos para dar su perspectiva personal sin considerar la opinión del auditorio.

A diferencia de lo anterior, los espacios de la radio universitaria son más abiertos; con programas donde se permite la libre expresión, invitando al auditorio a reflexionar y hacerlo participe de los asuntos de su entorno, para lograr una comunicación interpersonal, un diálogo entre emisor y receptor. No como sucede con algunos de los espacios de las radios comerciales, que se han convertido en receptoras, olvidando con ello, el objetivo de ser un enlace de comunicación social. Así, la radio educativa perteneciente a las instituciones de educación superior es un medio que puede sostenerse a un bajo costo, pero de gran calidad, al llegar a los poblados más alejados de las zonas urbanas, por ello la importancia para que este medio cumpla con la finalidad del proceso de comunicación: la retroalimentación.

Dentro del PNECS, está el Subprograma Nacional para el Mejoramiento de las Radiodifusoras y Productoras, que acoge a 29 emisoras (y una en proceso) de las instituciones de educación superior, integradas a la ANUIES. **(Ver anexo II)**

⁴⁶ La extensión de la cultura y los servicios se define como: "Una función sustantiva que tiene como finalidad el hacer participar de los beneficios de la educación y la cultura nacional y universal, a todos los sectores de la sociedad, tratando de incidir en su integración y transformación, mediante la difusión, divulgación, promoción y servicios del conocimiento científico, tecnológico, artístico y humanístico".pág. 69 Asociación Nacional de Universidades e Institutos de educación Superior (ANUIES), 12 y 13 de noviembre de 1998, Veracruz, Jalapa, Ver.

* El discurso es una estructura por medio de la cual se organiza el proceso de Comunicación. Aparentemente, el mensaje se plantea por una persona orador, disertante, profesor, que se dirige a un auditorio del cual no espera respuestas explícitas., sin embargo quien pronuncia un discurso o una disertación oral debe estar atento a las reacciones de su público, a fin de retroalimentar el proceso y mantener alto el nivel de interés y de comprensión tendiente a lograr los objetivos que se a fijado. Ibid. Flores de Gortari, Sergio.P(ag. 138-146.

Este subprograma el cual cumple un papel importante en la difusión de la cultura, extensión de la docencia, información a los miembros de la comunidad y a la sociedad, promoción de las actividades y resultados del quehacer universitario, análisis de la problemática social, económica y política, y la divulgación científica y de los avances tecnológicos.⁴⁷

Sin embargo, la mayoría tienen problemas diversos que dificultan su adecuado desempeño frente a los tiempos actuales de cambios que vivimos.

Por tal motivo, cabe señalar el gran esfuerzo que realiza Radio Universidad Autónoma de Aguascalientes (Radio UAA), como enlace de comunicación entre la sociedad y la máxima casa de estudios de esta entidad. Ésta se encarga de la extensión cultural, de los servicios y de los acontecimientos, a través de sus diversos programas de opinión, crítica, informativos y de entrevista, donde el auditorio participa con sus comentarios a través del teléfono, cartas y por medio de las nuevas tecnologías como el Internet y el fax.

A continuación vamos a exponer dos de los casos de radio universitaria en México que han sido pilar y referencia de las actuales difusoras pertenecientes a las universidades del país.

1.7 CASO RADIO EDUCACIÓN.

El 30 de noviembre de 1924, se instaló la radiodifusora de la Secretaría de Educación Pública (SEP), Fruto del esfuerzo del entonces secretario de esa institución, José Vasconcelos, con las siglas CZE, sin embargo, Alva de la Selva, Víctor Ronquillo y Felipe Gálvez señalan a la radiodifusora con las siglas CYE.

Los intentos en los primeros años para crear la CZE fueron muy accidentados, entre sus intervenciones más significativas están: en 1924, la transmisión del discurso de toma de posesión del presidente Plutarco Elías Calles, de quien al año siguiente, se difunde su primer informe de gobierno, lo que la señala como la mejor radiodifusora de la ciudad de México, por su intensa propaganda y por llegar hasta el norte del país. Para posteriormente ser escuchada en el sur de Latinoamérica, incluyendo a Cuba.

⁴⁷ Ibid. ANUIES, pág. 41

En 1928 con las siglas XFX, logra sistematizar su programación y sus transmisiones de apoyo pedagógico, alcanzando los Estados de Puebla, Tlaxcala, Hidalgo y Morelos, además del Distrito Federal. Al año siguiente, cambia sus siglas CZE por XEFC, debido a que nuestro país se adhiere a los acuerdos tomados en la conferencia de Comunicación celebrada en Washington.

En 1933, su director Agustín Yáñez, inauguró la planta transmisora de Radio Educación, para ese entonces la radio ya se perfilaba como uno de los vehículos más importantes para la difusión de la cultura y la educación.

“En 1937, se crea el Departamento llamado Autónomo de Prensa y Publicidad, de la cual pasó a formar parte la emisora, pero con siglas diferentes XEDP y XEXA, posteriormente estas cambian nuevamente bajo los indicativos XEFC”.⁴⁸

En el período presidencial del general Lázaro Cárdenas se le dio el nombre de Radio gobernación, pero debido al escaso material que el Estado generaba, no efectuaba transmisiones. Aun así la SEP conservaba la titularidad del permiso. Fue hasta el régimen de Manuel Ávila Camacho que tuvo transmisiones, aunque irregulares; suspendiendo sus actividades al iniciar Miguel Alemán Velasco su gobierno.

Es así como transcurre la primera parte de la historia de la radiodifusión mexicana y su poco crecimiento registrado en lo educativo y cultural, en comparación con el gran auge que se presentaba en la radiodifusión comercial, abriendo nuevas rutas y conquistando radioescuchas. En particular, el crecimiento de la emisora XEW, que ganaba terreno a la prensa escrita, impulsando y ampliando sus espacios noticiosos y culturales.

En la gestión del presidente Adolfo López Mateos, se realizó un proyecto radiofónico con el fin de rescatar las cabinas olvidadas en las instalaciones de la SEP. Así surgió la segunda etapa de esta emisora.

Esta etapa se inició con un proyecto muy ambicioso de capacitación magisterial a través de 500 radiodifusoras, manteniendo este programa nueve años al aire. Es así como comienza el camino de lo que hoy conocemos como “Radio Educación”.⁴⁹

⁴⁸ De la emisora estatal a la gran radiodifusora cultural. Su gestión (1924-1968), Radio Educación: la otra opción, pág. 176. citado en XEEP, Una emisora con historia, pág. 35, material de la propia estación.

⁴⁹ Ibid. De la emisora estatal a la gran radiodifusora cultural, pág. 184.

Durante el gobierno de Gustavo Díaz Ordaz, la oficina de la radio pasó a formar parte de la Dirección de Audiovisuales de la SEP, esta última dirigida por Agustín Yáñez mismo que nombró a Álvaro Gálvez y Fuentes, quien consiguió el permiso para utilizar el transmisor de 50 mil watts que estaba guardado en las instalaciones de la SEP. Por otra parte, el personal de radio se concentró en la calle de Ángel Urraza, en donde hasta la fecha se encuentran las instalaciones de la emisora.

En su tercer ciclo, la emisora de la SEP, surgió bajo la consigna de constituirse como un instrumento de apoyo pedagógico, de educación formal, para convertirse en una extensión de la primaria, semejante al sistema de telesecundaria. Bajo este concepto, se iniciaron las transmisiones en 1968, en los 1060 Khz. del cuadrante de amplitud modulada, ya con los indicativos de XEEP.⁵⁰

Los primeros problemas de la emisora fueron de carácter económico, debido al bajo presupuesto, que impedía la contratación de locutores. Otros fueron: las dificultades para sintonizarla, el discontinuo horario de transmisiones y las simples transcripciones de libros. Posteriormente se comenzó a difundir música, entrelazada con los programas didácticos; buscando así, la participación del auditorio.

La emisora tenía una programación aburrida, llena de errores y fallas técnicas, tediosa y con una discordancia inaudible, sumándosele la emisión de programas de tipo político, como las sesiones maratónicas de la Cámara de Diputados y Senadores.

Al inicio del gobierno de Luis Echeverría Álvarez, la doctora María del Carmen Millán, directora general de Educación Audiovisual, inició una serie de cambios que nuevamente perfilaron a la radiodifusora en otra nueva etapa, con nueva programación de contenidos educativos y culturales. La que empezó a transmitirse de forma continua, iniciándose así la gestación de la verdadera Radio Educación.⁵¹

Los cambios positivos que se registraron en esta emisora eran con la finalidad de conocer las necesidades básicas de información de los diversos sectores de la población, y la búsqueda de nuevos estilos radiofónicos que fueran más frescos y se identificaran con el auditorio.

⁵⁰ Ibid. De la emisora estatal a la gran radiodifusora cultural, pág. 186

⁵¹ Ibid. De la emisora estatal a la gran radiodifusora cultural, pág. 188

Para tales fines, se convocó a jóvenes guionistas, productores, locutores, y operadores, que junto con personal de experiencia en este medio, buscaban producir algo distinto al modelo radiofónico heredado por los norteamericanos en la XEW y otras emisoras comerciales.

Así, se comenzó la amplia cobertura de los programas dialogados, abarcando las radionovelas. En los años setenta se dió paso a programas dirigidos a un nivel medio superior, a la programación musical de corte latinoamericano y a la música nacional en sus más variados géneros.

Entre los programas novedosos (para la emisora), se encontraban el reportaje, la entrevista, la dramatización; mismos que estaban orientados a consolidarse como una auténtica alternativa, en medio de una variada gama de posibilidades radiofónicas. El ocaso de esta década significó para Radio Educación la cimentación de un perfil cultural, no lucrativo, que la llevaría a un lugar específico en el gusto popular.⁵²

Con la apertura para experimentar con nuevos programas se incrementó el interés por parte del auditorio que buscaba otras opciones diferentes a las emisiones de la radio comercial. Así la XEEP empezó a tener distintos espacios: musicales, informativos, literarios, de entretenimiento, infantiles, de análisis sociopolíticos y de participación ciudadana.

Hacia mitad de los ochenta, Radio Educación superaba las expectativas como institución difusora de educación y cultura, reafirmando su compromiso de emisora cultural y logrando un incremento en la partida presupuestal del gobierno.

El 22 de noviembre de 1978 Radio Educación adquirió el status oficial de emisora educativa y cultural de servicio público. Se le otorgó el rango de órgano desconcentrado para operar las estaciones XEEP, 1060 Khz., en la banda de amplitud modulada, y XEPPM, 6185 Khz., en onda corta, en la banda internacional de 49 metros. Por lo que, en 1988 se incorporó al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.⁵³

⁵² *Ibid.* De la emisora estatal a la gran radiodifusora cultural, pág. 189

⁵³ *Op. Cit.* Ronquillo, Víctor, pág. 96.

A principios de 1980 y 1981, se amplió el horario de transmisiones a las 24 horas del día, los siete días de la semana y se integraba la onda corta, repercutiendo esto, en el aumento de radioescuchas. En el área informativa se fortalecieron los noticiarios y las corresponsalías extranjeras, de tal modo que enlazaba a un gran número de radiodifusoras culturales y universitarias.

Luego de ese gran auge que tuvo Radio Educación, como todo proceso cultural y de comunicación, el proyecto de la emisora sufrió cambios, algunos impulsados por el nuevo contexto sociocultural, de contradicciones y grandes rupturas; otras por razones políticas. Fueron casi ocho años de turbulencia y de cambios –unos necesarios y otros poco afortunados- en su programación.

De 1983 a 1990 la emisora atravesó una etapa de desencuentro entre autoridades y trabajadores, que se tradujo en una escasa claridad respecto a la nueva orientación que debería tomar la emisora. Consecuentemente, durante este tiempo disminuyó el número de radioescuchas.

Para 1991, con la administración de Ernesto Pi Orozco, la emisora se recuperó. Reordenando sus programas en un intento por recuperar a su auditorio y el espacio que le había costado años de esfuerzo lograr.

En 1993 el panorama para Radio Educación cambió, logrando incrementar y diversificar su audiencia. Por ello, los cambios que se realizaron no buscaba competir con las emisoras comerciales, sino tratar de conservar los rasgos más valiosos de su herencia, intentando responder a una sociedad en transformación.

Tras su incorporación al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Radio Educación ha cumplido dos grandes objetivos:

- Difundir contenidos educativos y ampliar el disfrute del arte y la cultura a través del medio, dentro de un proceso que contribuya a la captación de nuevos públicos.
- Avanzar en el proceso de modernización técnica y de ampliación de potencia.

Normativamente, las acciones son regidas por la Ley Federal de Radio y Televisión y por el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Industria Cinematográfica.

Las principales líneas de acción de Radio Educación en el periodo 1995-2000 fueron:

- Revisión del perfil de la estación XEEP con fundamento en los objetivos originales de la Institución.
- Renovación anual de la programación de la emisora, de acuerdo con las necesidades y expectativas de los radioescuchas.
- Colaborar con organismos públicos, instituciones de educación superior, empresas y asociaciones civiles para la producción de programas y la retransmisión por emisoras de provincia.
- Difusión de la imagen del país en el exterior a través de XEPPM-OC, mediante emisiones que abordaran las diferentes facetas de la cultura nacional y la promoción del patrimonio arqueológico, histórico y turístico.
- Utilización de la infraestructura de edusat para divulgar más eficazmente la cultura y el arte.
- Modernización de la infraestructura técnica.

En el campo de la producción, Radio Educación se preocupó por involucrar a directivos y trabajadores. Para ello se estableció un Comité Técnico de Evaluación en el que intervienen representantes de todas las áreas productivas, lo que fortaleció el papel de vanguardia de la emisora en la difusión de la cultura.

En estos años, Radio Educación se esforzó por contrarrestar las limitantes económicas y tecnológicas con creatividad. Tal es el caso de los servicios noticiosos en los que se aprovecharon al máximo sus principales atributos: veracidad, concisión y oportunidad.

Se instrumentó un Programa de Modernización Tecnológica que, aunado al mejoramiento de la productividad y al desarrollo de los sistemas administrativos, permiten concretar proyectos en un clima de armonía laboral y de incremento de su prestigio.

Parte de sus preocupaciones esenciales fue revisar y revalorar los contenidos discursivos y musicales de la programación. De esta manera se incorporaron nuevas realizaciones que cumplieron con los intereses de las instituciones culturales que apoyan diversas emisiones.

La efectividad del mejoramiento de los contenidos se corroboró en los estudios de opinión realizados cada año, mismos que registraron una tendencia positiva.

Los estudios entre radioescuchas permitieron conocer que entre el auditorio predomina la población masculina sobre la femenina, con una diferencia de apenas dos puntos porcentuales.

El 87% de los escuchas tiene treinta y cinco años o más, aunque desde luego se cuenta con público adolescente e infantil, cuya audiencia se concentra en los horarios con emisiones diseñadas especialmente para ellos.

Se supo además, que el 40% de los oyentes son profesores y estudiantes de varios niveles escolares, el 30% se dedica a actividades técnico-administrativas, el 20% es profesionista y el 10% restante son amas de casa y personas con otro tipo de ocupación.

El auditorio de la señal de onda corta se conforma en un 95% por personas del sexo masculino. Generalmente, se trata de "diexistas" o radioaficionados a captar emisoras lejanas. El 80% ejerce una profesión o tiene afición por la electrónica. En cuanto a la edad, se ha determinado que el 70% oscila entre los treinta y cuarenta y cinco años, el 20% son jóvenes y el 10% restante personas de la tercera edad.

Durante el periodo 1995-2000, se mantuvo al aire un promedio de 74 series por año. Alrededor del 70% de la programación fue constante, el restante 30% se renovó año tras año para satisfacer las necesidades de los oyentes, expresadas a través de encuestas y otros estudios de audiencia

Con el propósito de revisar el perfil de Radio Educación y analizar la problemática de los medios de difusión culturales, se realizó en 1998, el III Foro de Radio Educación "El 1060 al 2000", que contó, en sus mesas redondas, con la participación de especialistas, estudiantes y trabajadores de la emisora.

En este foro, que fue crucial para el devenir de la radiodifusora, se abordaron los siguientes temas: "Perspectivas de la radio cultural", "Régimen legal de la radio cultural", "Nuevas tecnologías", "Ética en la radiodifusión mexicana" y "Arte y creatividad radiofónicos".

Como resultado del foro se convino en la necesidad de adecuar el perfil de la emisora a fin de apoyar las tareas educativas de la sep y dar mayor difusión a las actividades del Conaculta.

La nueva tendencia de la emisora se reflejó también en los convenios de coproducción que ha suscrito con organismos educativos y culturales. De 172 coproducciones durante el periodo, 70 se realizaron con diversos organismos que conforman el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (41%), entre ellas *Voces interiores*, *Circo*, *maroma y libros*, *Creación en movimiento*, *Perfil de creadores*, *Matices del vitral*, *Tierra adentro*, *Divagarte*, *El Cervantino al aire*, *Horizonte xxi*, *Mi otro yo*, *El teatro en México*, *Linterna mágica* y *Ecós de antiguos muros*

La potencia de XEEP se elevó para alcanzar una cobertura de entre 400 y 500 kilómetros a la redonda, en condiciones climáticas óptimas. Su señal se recibe en el Distrito Federal y en los estados de México, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Morelos, Oaxaca, Puebla, Querétaro, San Luis Potosí, Tlaxcala y Veracruz y algunas regiones de Aguascalientes, Jalisco, Michoacán, Tamaulipas y Zacatecas.

En diciembre de 1997 comenzaron las emisiones de Radio Educación por el Canal 112 del Sistema Edusat de la Secretaría de Educación Pública. La señal llega a todo el territorio nacional, Centroamérica y el sur de Estados Unidos. Las emisoras públicas que cuentan con el equipo decodificador aprovechan, de acuerdo con sus objetivos e intereses, la programación de Radio Educación que les es útil para retransmitir a sus auditorios.

Se establecieron asimismo, convenios con radiodifusoras universitarias y estatales del interior del país, mediante las que se retransmiten programas de XEEP. En ocasiones Radio Educación brindó a éstas asesoría técnica y de programación.

En los últimos seis años, se copiaron 7206 programas requeridos por 16 estaciones culturales y 13 universitarias de los estados de Aguascalientes, Baja California, Chihuahua, Estado de México, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nuevo León, Puebla, Querétaro, Sinaloa, Sonora, Tamaulipas, Tlaxcala y Veracruz.

También, se transmitieron programas de la fonoteca, a través de Radio Bilingüe de Fresno, California, en 18 ciudades de Estados Unidos y en San Juan, Puerto Rico.

A los noticiarios de XEEP, matutinos y vespertinos, se enlazan de lunes a viernes, vía telefónica, algunas emisoras. En el periodo que cubre esta *Memoria* se realizaron 3136 enlaces de este tipo.

A partir de 1999, con Radio Educación como estación piloto, 50 emisoras culturales enlazaron vía satélite la transmisión en directo de los Conciertos de Primavera y Otoño de la Orquesta Sinfónica Nacional, con 16 estados: Aguascalientes, Baja California Sur, Chiapas, Estado de México, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Oaxaca, Puebla, Sonora, Tabasco, Tamaulipas y Tlaxcala.

Radio Educación no sólo se preocupó por mejorar el perfil en atención a sus radioescuchas, sino que parte de su actualización estuvo orientada hacia los equipos indispensables para la producción.

Sus avances tecnológicos incluyeron la instalación de una antena para el monitoreo de la señal de onda corta, un deshidratador para la línea de transmisión de 100000 watts, un procesador de audio para la mejor calidad de la señal de amplitud modulada y un transmisor de 10000 watts para XEPPM, que permitió una mejor sintonía tanto en México como en el extranjero.

Se construyó y acondicionó una cabina para la señal de radio vía satélite y se remozaron las instalaciones de Ángel Urraza. Se equipó la unidad móvil para transmisiones a control remoto y se adquirieron nueve grabadoras reproductoras de discos compactos y cinco grabadoras reproductoras de minidiscos.

Beneficiada por la política de apoyo del gobierno de Japón, la emisora renovó el estudio "A" con equipos de audio de tecnología digital, entre ellos, sistemas de mezcladoras, modulares, selectores, amplificadores, reproductores, ecualizadores y paneles de audio.

La emisora no quedó al margen del desarrollo cibernético. Se cuenta con una red de cómputo que ha beneficiado prácticamente a todas las áreas, prioritariamente las de noticias y la de fonoteca que requiere de la computarización de su acervo.

Las actividades de Radio Educación no se circunscribieron a la producción y transmisión de programas. Desde 1996 organizó, conjuntamente con la Universidad del Claustro de Sor Juana, la Bienal Latinoamericana de Radio, la persona responsable y organizadora del proyecto fue la Licenciada Lidia Camacho actual directora de la emisora, que convoca tanto a radiodifusoras culturales como comerciales.

En la primera edición, en 1996, concursaron 317 obras y se ofrecieron cursos y conferencias por parte de personal de la Deutsche Welle y de la Westdeutsche Rundfunk de Alemania.

En la segunda, en 1998, entraron a concurso 421 producciones de varios países de América Latina; se realizaron talleres de capacitación radiofónica y el Primer Encuentro Internacional de Profesores y Capacitadores Radiofónicos, y se creó el Fondo para la Creatividad Radiofónica.

En la tercera, celebrada en el año 2000, se inscribieron 268 producciones. Especialistas en la materia ofrecieron talleres de capacitación radiofónica y ciclos de conferencias, y se efectuó el Segundo Encuentro Internacional de Profesores y Capacitadores Radiofónicos.

En su acercamiento con la sociedad, se organizaron 306 visitas guiadas por las instalaciones, para alumnos de centros escolares de todos los niveles del Distrito Federal y ocasionalmente de provincia, con lo que niños y jóvenes tuvieron la oportunidad de apreciar el trabajo de técnicos y conductores y conocer los equipos de audio y transmisión.

Los radioescuchas contaron con un órgano de difusión, *Audiotinta*, un boletín informativo que abordó diversos temas sobre radio y presentó la programación de amplitud modulada y onda corta.

Se publicaron 32 números, 4 de ellos especiales, en torno al III Foro de Radio Educación "El 1060 al 2000", el Programa Año 2000: "Del siglo xx al tercer milenio", el Catálogo de Series que comúnmente son requeridas para retransmisión en provincia y un índice temático, con un tiraje de 1000 ejemplares, que se distribuyen entre los oyentes nacionales y extranjeros.

Radio Educación logró establecer una dinámica de renovación constante de sus emisiones radiofónicas y la actualización de sus contenidos, acorde con los cambios sociales de México y el mundo y el irreversible proceso de globalización.

El acelerado desarrollo tecnológico le impone el reto de la modernización a fin de mantenerse en la competencia frente a la radio concesionaria.

Otro rubro importante, en cuanto incide en los dos primeros, es el "Financiamiento de la radio pública", tema que se trató exhaustivamente en el III Foro de Radio Educación. Se destacó la urgencia de revisar la legislación de la materia a fin de encontrar formas alternas de financiamiento para lograr la calidad técnica y de contenidos que requiere la sociedad actual.

Por otra parte, será importante la conformación de un equipo para alimentar la señal vía satélite con producciones que despierten el interés por la cultura y el arte de México entre sus escuchas del territorio nacional y de más allá de las fronteras.

A largo plazo se establece la necesidad de asignar a Radio Educación una señal de tecnología digital cuando hagan su aparición en México, ya que a la amplitud modulada, según los estudios del caso, se le concede poca viabilidad.

El objetivo deberá ser combinar el desarrollo tecnológico con una permanente transformación de contenidos. Considerando que en el medio radiofónico es casi tan importante el mensaje, como el equipo técnico con que se produce y transmite para con esto acentuar la vocación educativa y cultural de Radio Educación.

En la actualidad, Radio Educación mantiene una programación enfocada a lograr una comunicación más estrecha con el auditorio, motivándolo y logrando que participe en sus programas y espacios de análisis, al tratar temas y hechos de interés en una realidad sociocultural, plural y diversa. Sin perder de vista el lado recreativo de su auditorio, por lo que, su acervo musical se ve enriquecido constantemente.

KEEP: Radio Educación, es una ventana abierta a los trabajos literarios, así también da a conocer los orígenes, historia y evolución de las más variadas corrientes musicales y diferente información de los diversos eventos culturales de nuestra capital.

1.8 CASO RADIO UNAM

Radio Universidad Nacional, transmite actualmente con siglas **XEUN**, por tres frecuencias, en el 860 de AM, en el 96.1 de FM y en onda corta, programas de comentarios en diferentes tópicos como: Medicina, Derecho, Política y Comunicación, da a conocer nuestra cultura a través de entrevistas, reportajes, comentarios y orientación académica.

Las historias de las emisoras universitarias que salieron al aire, en un ámbito semidespoblado de estaciones de este tipo en nuestro país -la radio de la Secretaría de Educación Pública y posteriormente, Radio Universidad Nacional Autónoma de México (Radio UNAM)-, constituyen un antecedente palpable de un medio que se ha esforzado para acercarse al auditorio, con el fin de que tenga una opción real de escuchar algo diferente a la programación de las estaciones comerciales.

En 1936, el presidente Lázaro Cárdenas otorgó la concesión de espacio radiofónico a la Universidad Nacional Autónoma de México. Este hecho significó el nacimiento de la primera radiodifusora de corte cultural en el país con las siglas XEXX y una potencia de 500 watts. Además de ser pionera en el ámbito americano de la radiodifusión cultural.⁵⁴

Después de ocho años de haber conseguido su autonomía, en junio de 1937, desde el anfiteatro Simón Bolívar de la escuela Nacional Preparatoria sale al aire la emisora universitaria -con cuatro horas de transmisión diaria en Amplitud Modulada,- como un proyecto educativo que difundiera "una obra cultural y pedagógica de excepcional interés".⁵⁵

La emisora surge como otro modelo de comunicación, diferente a las comerciales y a las emisoras pertenecientes al Estado.

El presupuesto designado a la Universidad era limitado, por lo tanto, los recursos asignados a la emisora eran insuficientes para adquirir el equipo adecuado para realizar su labor. No obstante, sus limitaciones técnicas, surgió como una alternativa.

Posteriormente, se consiguieron dos transmisores, uno de onda larga para la XEXX y otro de onda corta para la XEYU. **(Ver anexo III).**

⁵⁴ Gutiérrez, Adolfo. Apuntes para una historia de Radio Universidad. Pág. 22 Revista Mexicana de Comunicación N° 51, oct-dic, 1997. México.

⁵⁵ López, Rafael. Una nueva voz de siglos en el cuadrante. pág. 4. Gaceta UNAM 50 Aniversario de Radio UNAM. 11/jun/1987, México.

La propuesta de Radio Universidad era llevar el conocimiento y cultura más allá de los muros que limitan a la propia universidad, sintiendo la necesidad de extender su acción y su cátedra con un propósito educativo.

La estación estaba abierta a la participación de quien estuviera interesado en colaborar en ella, para cumplir con su labor por dos razones; la primera, por ser éste uno de sus objetivos y la segunda, por sus limitaciones económicas. En 1939 cambió sus siglas de XEXX a XEUN y comenzó transmisiones en onda corta en la banda internacional de 31 metros.

En 1956, mantenía una programación de siete horas, de lunes a sábado, a pesar de que se suspendieron las transmisiones en ese mismo año durante cinco meses, con el fin de reconstruir el equipo. Asimismo, se inauguró la primera torre-antena, con lo cual se ampliaron las transmisiones a 10 horas de lunes a sábado y 12 horas los domingos, los 365 días el año.

Al siguiente año, la emisora estableció comunicación con embajadas y radiodifusoras para difundir programas producidos en el extranjero, también se adquirió un equipo de grabación que dio origen a la fonoteca de la emisora.⁵⁶

El 16 de junio de 1959 se inauguró el primer transmisor de Frecuencia Modulada con una potencia de 1000 watts, y los movimientos sociales de los años sesenta propiciaron la discusión política y cultural del modelo de comunicación de Radio Universidad.

Además de su programación habitual de música y las series dedicadas a las diferentes expresiones culturales, se generaron espacios de información y discusión. Para 1964, se puso en funcionamiento el nuevo equipo de Amplitud Modulada con una potencia de 50 mil watts, lo que le permitió cubrir una amplia extensión del territorio.⁵⁷

El trabajo de Radio Universidad se vio suspendido en el movimiento estudiantil de 1968, por apoyar este movimiento; denunciando la represión y los acontecimientos que se generaban.

⁵⁶ Op. Cit. Gutiérrez, Adolfo, pág.22

⁵⁷ Ibid. Gutiérrez, Adolfo, Pág.23

En ese tiempo, sus noticiarios eran escuchados no sólo por profesores, sino por el pueblo en general, en los cuales los estudiantes tuvieron su propio espacio informativo. Debido a estas acciones, y al "no alinearse a la censura por parte del gobierno", la emisora salió del aire. Cabe señalar que Radio Universidad contaba con un transmisor de 45 mil watts y regresó al cuadrante con una potencia de 5 mil watts, originado por su participación en el conflicto estudiantil.

En 1976 se inauguraron las nuevas instalaciones de Radio UNAM ubicadas en Adolfo Prieto 133, en la colonia del Valle, desde donde actualmente se sigue transmitiendo.

El 20 de febrero de 1980, se creó el "Programa Nacional de Colaboración de Radiodifusoras Universitarias", con el fin de fomentar, fortalecer e impulsar la labor radiofónica universitaria y promover su corriente plural y democrática a las diversas ideologías.

El papel de Radio UNAM como difusora de la cultura y educación, pero sobre todo, su labor social durante el terremoto sufrido en la Ciudad de México en 1985, fue altamente reconocida y premiada.

En 1992 se inauguró un nuevo transmisor de FM con una potencia de 35 mil watts, y dos años después se inauguró el reequipamiento de la planta transmisora de Ticomán, con un nuevo transmisor de 50 mil watts. Además, en noviembre del mismo año se reequiparon los estudios de grabación y transmisión, que proporcionaron una mejor calidad de sonido a las transmisiones radiofónicas.

En 1995 aumentó la potencia de FM a 100 mil watts, y al año siguiente se instaló una antena de recepción vía satélite, que capta señales originadas en Francia, Inglaterra y Holanda. Para 1997 Radio UNAM, ingresó al sistema electrónico de internet.⁵⁸

En particular, Radio UNAM, es considerada base fundamental entre muchas emisoras de la República; por transmitir programas de educación, información y programas de corte crítico, musical y de opinión. Sin embargo, son pocas las Universidades de las entidades que cuentan con una emisora encargada de difundir los principios culturales que rigen a una comunidad ya sea regional o mundialmente.

⁵⁸ Ibid. Gutiérrez, Adolfo, pág.24

Toda vez que he tomado como marco histórico los antecedentes de las dos radiodifusoras de mayor trascendencia en la vida educativa y cultural, se genera en cada una de las entidades de la República Mexicana la idea de contar con emisoras que sean difusoras de la cultura y la educación. Diferenciándose en el perfil y la variedad de los programas tanto de las emisoras comerciales como de las que pertenecen a los gobiernos de los Estados.

Uno de los rasgos más importantes de las radios universitarias es que pueden ser analizadas con los diversos enfoques tanto críticos como positivistas vistos anteriormente. Las radios universitarias se han caracterizado porque tienen enfoques críticos respecto de los acontecimientos actuales, sus audiencias son activas etc. En este sentido, el presente estudio trata de realizar un trabajo más integral y no limitarse a una u otra corriente, que ya se dijo, no se encuentran en forma pura en los actuales estudios de comunicación.

CAPÍTULO II

LA RADIODIFUSIÓN EN AGUASCALIENTES: UNA PROPUESTA UNIVERSITARIA

2.1. HISTORIA DE LA RADIODIFUSIÓN EN AGUASCALIENTES

El presente capítulo tiene dos finalidades. Por un lado, explicar cómo la centralidad política y cultural del país durante mucho tiempo vinieron minando la calidad de la radiodifusión en Aguascalientes. La otra finalidad radica a partir la programación de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, constatar que el Estado en los últimos años, goza de modificaciones en su política cultural y por tanto, en mejoras de su radiodifusión universitaria.

Presento a continuación, algunas generalidades sobre el Estado objeto del presente estudio. Aguascalientes, situado en el centro de la República Mexicana, tiene una extensión territorial de 5 mil 589 kilómetros cuadrados. Una población de 888,454 habitantes, dedicados a la producción agrícola, ganadera, minería, manufactura, comercio y servicios. Entre los medios de comunicación con que cuenta el Estado se encuentran: El Sol de Aguascalientes, El Heraldo de Aguascalientes e Hidrocálido; pertenecientes a la prensa escrita. 5 televisoras; y 20 emisoras radiofónicas; de las cuales, 17 son concesionadas integradas en dos grupos de monopolios: "Radio Grupo" que cuenta con 8 estaciones, "Radio Universal" con 9, y las 3 difusoras permisionadas. (Ver anexo IV)

Al igual que muchos Estados de la República, Aguascalientes tuvo que sufrir el terrible centralismo político y cultural que ha caracterizado al país. Como todos sabemos, este centralismo es causa de que la riqueza (financiera y de desarrollo en ciencias artes) e incluso, las decisiones fundamentales del país se concentren en un reducido núcleo geopolítico.

Sin embargo, en la historia de la radiodifusión mexicana la centralidad no ha sido únicamente de la ciudad de México.

En la adquisición de concesiones, el grupo fundador generó sus propios centros. De esta manera, desde los años cincuenta hubo varios centros radiodifusores en el país: Monterrey, Veracruz, Guadalajara etc.

* Radio Interestatal: Es aquella que su señal de transmisiones abarca varios Estados.

En la historia de la radio en Aguascalientes existe un gran vacío de información, sus antecedentes (escasamente escritos), señalan que los medios de comunicación en la entidad eran inexistentes, ha excepción de la prensa escrita que llegaba de otras entidades, que sólo estaba al alcance de las élites y de unos cuantos. Como lo deja claro el comentario de Pedro Rivas Cuellar: "En aquel tiempo (los años treinta) la ciudad era muy pequeña y no existía un medio de comunicación propiamente dicho, sólo los periódicos que llegaban de otros estados"¹

El profesor Juan Antonio Vera López, de la máxima casa de estudios de Aguascalientes y también locutor de Radio Universidad, realizó una investigación acerca de la radiodifusión, en la cual señala que "la estación de los años 30 tuvo las siglas XEFC siendo dirigida por Enrique W. Curtís".²

En entrevista, José Dávila Rodríguez, Director de Radio UAA comentó que, "El surgimiento de la primera estación de radio en Aguascalientes data de los años treinta, ubicada en lo que era la prepa y que actualmente es el edificio central de la Universidad". Dijo también que, "fue considerada como una estación cultural, pero al no tener suficiente apoyo y manejo adecuado salió del aire". Por otra parte, en la tesis denominada "*Análisis Funcional Radiofónico: El caso de Estéreo-Mendel*", se menciona que la primera estación de radio surgió en 1936 con las siglas XFC. Por tanto, este es un dato histórico incierto sobre el inicio de la radio.

Agustín Padilla precursor y director general de *Promomedios*, uno de los dos grupos más fuertes en la entidad, dijo que, "el transitar de XEFC fue inconsistente por lo que no duró mucho tiempo al aire". En el mes de septiembre de 1936, comenzaron las transmisiones de la XEBI, fundada por Alejandro Díaz y Pedro Rivas Cuellar, este último, pionero y pilar de la radio en la entidad y actualmente director general de Radio Grupo, otro poderoso grupo radiofónico en Aguascalientes.

El profesor Vera López destaca que, "la XEBI estuvo afiliada a la red XEW de RPM y a la cadena panamericana de NBC, desde donde le proporcionaban publicidad, actores o programas". Aún así, se tenía un horario reducido de transmisiones.

En 1938, apareció la XEAD propiedad de Alejandro Díaz, quien al año siguiente la trasladó a Guadalajara. No es sino hasta cinco años después (1943), cuando Pedro Rivas fundó la XEY, la cual tuvo un paso largo que culminó en quiebra.

¹ En entrevista recogida en la tesis: *Análisis funcional radiofónico. El Caso Estéreo-Mendel*
² Vera, López, Juan Antonio. Revista "COMUNICAR", abril de 1985, Aguascalientes, Ags.

En 1945 Rafael Cutberto Navarro y el Dr. Monroy fundaron la XERO, y posteriormente, la vendieron a Patricio Aizpuru. Al no mantener las transmisiones constantes, fue recuperada por Cutberto Navarro, Pedro Meneses y Pedro Rivas quien tiempo después, fue el único dueño.

Hasta 1950, por conducto de Pedro Rivas Cuéllar y el Dr. Ramírez Gámez, fundaron la XEYZ y posteriormente se quedó con ella Rivas Cuéllar, quién la vendió en mayo del 1983 al Sr. Zúñiga.

El 25 de noviembre de 1966 se dio la concesión al abogado Jesús Ramírez Gámez para fundar la XEAC, afiliándose a la cadena R.A.S.A., (Radiodifusoras Asociadas Sociedad Anónima) siendo la primera estación en transmitir las corridas de toros, programas como 24 horas; Melodía, Sorpresa y Comentarios Deportivos.

En 1974, fue nuevamente Rivas Cuéllar, quién llevó al aire XEUVA, siendo la primera emisora en trabajar por computadora en la región. Así se integró Radio Grupo, con siete estaciones de las cuales, dos están en FM y cinco en AM. La mayoría de sus transmisiones se componían de música en español, baladas y rancheras, dirigidas a todo tipo de público.

En entrevista al encargado del departamento de noticias de Radio Grupo, Alberto Viveros, señaló que: "la radio en Aguascalientes tiene un atraso en el formato de sus programas, el cual ha funcionado para los intereses económicos de los dueños, olvidándose de la función educativa y cultural para lo cual fue creada".

También mencionó que, si todas las estaciones integrantes de este grupo aumentaran su potencia, podrían abarcar zonas de los Estados de Jalisco, Zacatecas, San Luis Potosí y León, Guanajuato; incluso, dentro de la misma capital y de los municipios donde no se percibía adecuadamente la señal.

Las emisoras pertenecientes a este grupo radiofónico tenían en su barra programática espacios musicales, de entretenimiento, y sólo un noticiario matutino denominado "Buenos Días Aguascalientes"; así como cápsulas informativas cada hora. Cabe señalar que no contaban con espacios de análisis, de crítica, ni de opinión, sobre su entorno local y regional, ya que éstos se abordaban dentro de sus espacios informativos. Tampoco tenían programas culturales o educativos.

La programación se basaba en la transmisión de música popular, baladas en español, y música en inglés del momento, misma que hasta la fecha es presentada únicamente por un anunciador, bloqueando el trabajo del locutor profesional, obligándolo a tomar una actitud pasiva, dejando de lado el enriquecer y amenizar el programa con comentarios o temas de interés.

Actualmente, en algunas de sus emisoras se transmite tanto música en español como en inglés, con el fin de brindar una mayor variedad al radioescucha, en otras, sólo se toca música ranchera dirigida a un auditorio más popular. Además de que estas emisoras se tienen que apegar a las disposiciones de los grupos de monopolios que los representan desde la capital del país (producto del centralismo inicialmente descrito).

A finales de los años setenta y principios de los ochenta, el grupo Promomedios contaba con cuatro estaciones, siendo su emisora más antigua la XEAC surgida en 1966, y la más reciente la XHAGT que inició en 1993. En la actualidad, Promomedios está fusionada con Casa de la Radio y Radio Universal, contando con ocho estaciones, de las cuales dos están en FM y seis en AM. Estas incluyen en su programación espacios informativos cada hora y musicales que van desde baladas en inglés y español, dirigidas en especial a los jóvenes; hasta música ranchera y popular dirigida a un auditorio mayor.

Agustín Morales Padilla, presidente y director general de Promomedios, señaló que "las dos estaciones de FM son repetidoras de la ciudad de México", indicando que la fusión para crear este grupo era por que se pretendía establecer un perfil que fuera identificado por el radioescucha y por la necesidad de incrementar su audiencia.

En los trabajos sobre los medios masivos de comunicación 1993-2001, realizados por la universidad de Aguascalientes para el plan de desarrollo de la propia casa de estudios, el maestro Jorge García Navarro, señala que, "en Aguascalientes, la radio se engloba en dos grandes monopolios en los que existe la misma línea, las mismas opciones, la misma programación y el mismo pensamiento político en todas las estaciones de la localidad". También menciona que, "el gran auge de las emisoras culturales está se convierte en un elemento de elección por parte del usuario y el uso vía satélite en la radiodifusión, permite tener un mayor acceso y alcance para el usuario común".

García Navarro menciona algo primordial, que es el **rescate de la radio local**, en donde remarca la urgencia de incluir contenidos extranjeros, nacionales y regionales pero con una visión totalmente local, dentro de la programación radiofónica de la entidad. De igual forma, comenta la necesidad de realizar producciones propias. No hay que olvidar que en la actualidad el radioescucha puede acceder a programas radiofónicos, tanto de la capital del país (D.F.), como de algunos otros países; que pueden resultarle más atractivos, por lo cual resulta indispensable reforzar a la Radio local en la región.

Las dos emisoras concesionadas en el Estado de Aguascalientes son: la "XEFP", fundada el 1º de enero de 1975 en Jalpa, Zacatecas, y representada por *Central Tecnología y Medios*; tiene cobertura interestatal contando con el sistema informativo de la red nacional *Notisistema*. Y la "XEEY" establecida en 1977, representada por *Radorama* que tiene una cobertura adyacente en parte de los estados de Guanajuato, San Luis Potosí, y Jalisco (ver anexo 7). Ambas emisoras iniciaron transmisiones con una potencia de 10,000 watts, un horario de transmisión de 24:00 horas, y con una programación en español, con música grupera, banda, norteña, ranchera y tropical, así como con espacios informativos cada hora.

La historia de la Radio Cultural en Aguascalientes, presenta como antecedente la fundación de la XEFC en 1930, pero es hasta 1972, con la fundación de la XENM "Radio Casa de la Cultura", (hoy día Instituto Cultural de Aguascalientes), que se volvió a poner al aire una emisora de tipo cultural. Con José Dávila Rodríguez, como fundador y director hasta enero de 1987.

Quando la estación se incorporó como organismo público descentralizado, al estar como gobernador de la entidad el Ing. Miguel Ángel Barberena Vega. Tomó la dirección de la estación radiofónica el Lic. Gustavo Adolfo Granados Roldán, (hermano del exgobernador Otto Granados Roldán), quien en diciembre de 1992 giró órdenes para elaborar el proyecto de "Radio Solidaridad".

En enero de 1993, el gobierno estatal, la delegación de la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) y el sistema de RyTA, establecieron este modelo de radiodifusión. Así, "Radio Casa de la Cultura" se convirtió, el 18 de febrero de 1993 en "Radio Solidaridad de Aguascalientes", con el objetivo de ser un vehículo de comunicación entre el gobierno, los líderes de Solidaridad, los mismos comités y la población.

Esta iniciativa nació como inquietud, en una reunión sostenida con el entonces presidente de la República Mexicana, Carlos Salinas de Gortari, y comunicadores sociales de todo el país. Razón por la que se reestructuró, de acuerdo con el avance de los nuevos comunicadores, la posibilidad de producción y al tomar en cuenta el gusto de los radioescuchas, así como la apertura para que se comercializara su tiempo a pesar de considerársele como una radio permisionada.

El perfil de "Radio Solidaridad" es cultural y va dirigido a todo público; incluyendo barras para niños, jóvenes y adultos de todos los niveles socioeconómicos. También cuenta con espacios informativos, de entretenimiento y programas musicales, que son los que ocupan un espacio predominante.

Pretende constituirse en un foro donde se proyecte la política social del gobierno, en función de los propios reclamos de la población y se ha dado la pauta para la creación de un Sistema de Radiodifusoras de Solidaridad a fin de extenderla a otras entidades de la República.

En lo referente a la estación permisionada denominada "Estéreo-Mendel", mencionaremos que en 1968 dicha estación comenzó las operaciones de prueba como XHMR-FM e inició transmisiones el 26 de enero de 1978, cuando se otorgó el permiso por parte de SCT a Pablo Gacinti, quien estaba al frente de la sociedad civil del Instituto Mendel. Cabe mencionar que esta estación era el único medio radiofónico que pertenecía a la orden religiosa de San Agustín, a instancia del entonces gobernador J. Refugio Esparza Reyes. En la actualidad, Estéreo-Mendel, a pesar de ser permisionada, no cuenta con una programación de tipo cultural, en cambio transmite mensajes religiosos y tiene una mayor apertura para hacer anuncios de diversas marcas comerciales, con lo cual obtiene mayores ingresos económicos para subsanar sus gastos.

Por otra parte, Radio Universidad Autónoma de Aguascalientes empezó sus transmisiones el 13 de enero de 1978, como medio de comunicación al interior y exterior de la institución y la sociedad respectivamente, dentro de un marco de libre expresión y de pensamiento, con principios de pluralidad y tolerancia. Así como también para rescatar los valores nacionales, regionales e individuales. Tareas fundamentadas en la filosofía de la Universidad Autónoma de Aguascalientes.

2.2. EDUCACIÓN SUPERIOR EN AGUASCALIENTES

El desarrollo y los cambios generados a nivel nacional e internacional en los aspectos políticos, sociales y económicos, fueron parte fundamental para cambiar los proyectos educativos adaptándolos a la acelerada industrialización que se empezó a generar a partir de los años cincuenta.

Estos cambios y desarrollos mundiales se debieron a una nueva división internacional del trabajo, la cual seleccionaba regiones para su nuevo esquema de acumulación a escala global. Igualmente, tuvieron que ver, las políticas federales e intereses locales que buscaban atraer mayores inversiones.

Lo anterior debido a una estrategia de acumulación, de integración regional y de dominación política, por ello se optó por ampliar la oferta de la educación superior, con una perspectiva sociocultural conservadora, vinculando a los futuros profesionistas al desarrollo empresarial requerido en la entidad.³

Aguascalientes ha pasado por dos procesos de cambio importantes, el crecimiento demográfico y la urbanización. Además del fenómeno de la industrialización a partir de los años ochenta, a petición del gobierno federal, para que en la entidad se pusiera en marcha el programa de descentralización industrial. Dejando de lado el trabajo del campo y por ende, requiriendo profesionales más capacitados para enfrentar las circunstancias de los grupos empresariales y participar en las modificaciones a los planes y proyectos académicos de las instituciones, tendientes a actualizarse, para brindar una preparación más realista, acorde con las exigencias del mercado.

Por tanto, la educación superior en el estado de Aguascalientes es relativamente reciente, al iniciarse profesionalmente en 1968, estableciéndose servicios para cubrir la demanda educativa. En la actualidad, la entidad cuenta con Institutos Tecnológicos Federales, Universidades públicas y privadas, así como escuelas normales, con lo cual se tiene una variada gama de opciones para que la población elija cual es la que le conviene y tenga mayores expectativas para su desarrollo profesional.

La entidad cuenta con ocho instituciones de educación superior tanto públicas como privadas, destacando la Universidad Autónoma de Aguascalientes, dado que es una de las universidades con mayor demanda en sus diferentes licenciaturas, desde 1968 a 1996.

³ Barba, Bonifacio. Educación superior en Aguascalientes la universidad Bonaterra, Perfiles Educativos. N° 73. México. D.F. 1996. Pág. 25

A continuación se mencionan las principales universidades existentes en el Estado.

INSTITUCIONES PÚBLICAS:

UUA: Universidad Autónoma de Aguascalientes

ITA : Instituto Tecnológico de Aguascalientes

ITA 20: Instituto Tecnológico Agropecuario N° 20

UTA: Universidad Tecnológica de Aguascalientes

INSTITUCIONES PRIVADAS:

CUG: Centro Universitario Galilea

UB: Universidad Bonaterra

UC: Universidad Cuauhtémoc

ITESM: Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey

De los anteriores institutos de educación superior que existen en la entidad, dos son los que imparten la licenciatura en Comunicación: la Universidad Cuauhtémoc, plantel Aguascalientes, y la Universidad Autónoma de Aguascalientes que imparte la licenciatura en medios masivos de comunicación.

Esta expansión de la Educación Superior en el Estado ha impactado en un doble sentido en cuanto a Radiodifusión se refiere. En el binomio emisor-receptor, podemos decir que las emisiones universitarias han cobrado fuerza. Por otro lado, el receptor se ha vuelto más exigente respecto de la calidad en los programas tanto de emisoras universitarias como de las no universitarias.

2.2.1 UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE AGUASCALIENTES (UAA).

Relataremos brevemente la historia de la UAA. El dato más antiguo que tenemos señala que el 15 de enero de 1867, se fundó el Instituto Autónomo de Ciencias y Tecnología (I.A.C.T.) cuyo primer director fue el Dr. Jesús Gómez Portugal. Al pasar la institución por diversas y larga etapas, su entonces Consejo Directivo, aprobó la creación de la Universidad Autónoma de Aguascalientes (UAA) en 1973, siendo el C.P. Humberto Martínez de León primer Rector y uno de los principales promotores para que se diera este cambio. Importa señalar que en su inicio no pudo entenderse el papel autónomo que jugaría la máxima casa de estudios en la entidad.

La aprobación de la creación de la UAA, fue un hecho de suma trascendencia en la vida cultural de la región, con el que se pretendió formalizar y canalizar el pensamiento, la reflexión y el análisis, hacia la población en general; siempre en la búsqueda de una mejora educativa, enfocándose hacia los principios morales, de justicia y convivencia humana.

El objetivo institucional de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, fue y ha sido, buscar la verdad por medio de la investigación, transmitiendo las más elevadas manifestaciones de conocimiento por medio de la enseñanza. Fomentando en el estudiante el amor a la patria y a la humanidad, a través de una visión orgánica y equilibrada de la vida y el universo, preparando a los profesionales necesarios para el desarrollo de la región y fuera de ella.

Al transformarse en Universidad y gozar de su autonomía, la institución adquirió mayor peso. Por lo que se buscó un cambio en su fisonomía, referente al ámbito educativo; con miras a brindar los conocimientos necesarios a aquellas generaciones de estudiantes, preparándolos con una filosofía humanista, para ingresar en el campo laboral dentro de una sociedad en desarrollo y cambios constantes.

El 7 de febrero de 1974, fue aprobada por el Congreso del Estado, la Ley Orgánica de la UAA, vigente hasta la fecha. Siendo la Junta de Gobierno la encargada de adecuarla a los cambios que se requirieran, para mejorar las condiciones de esta máxima casa de estudios en beneficio de los trabajadores y de los estudiantes.

Para alcanzar las expectativas de la excelencia académica se adoptaron las medidas y estructuras necesarias, apegándose a los requerimientos y cambios de nuestro tiempo y apartándose de los métodos tradicionales de educación.

En este sentido, se adoptó el sistema departamental, esto es, la enseñanza impartida a través de centros académicos, permitiendo organizar núcleos de ciencias, por lo que se solicitó que los profesores tuvieran un alto nivel de especialización, con la finalidad de dar servicios en diferentes carreras y cursos, impartidos dentro de la Universidad.

Hasta la fecha, la máxima casa de estudios de Aguascalientes ha tenido seis rectores. Cuenta con dos programas de doctorado, once programas a nivel maestría, veinticuatro a nivel especialidad, un diplomado, cuarenta a nivel licenciatura con treinta y nueve opciones, una carrera en el ámbito técnico medio, bachillerato y secundaria.

En los primeros años la UAA buscó la forma de conocer los avances y retrocesos en la institución, para poder evitar los problemas que se pudieran presentar y dar un panorama del desarrollo que pretendía alcanzar, para lo cual entró en vigor el primer Plan de Desarrollo 1977- 1983.

En este plan, se trataron las posibles deficiencias y eficiencias que se pudieran presentar en el progreso de la universidad. Ante los resultados positivos obtenidos, se dio mayor apoyo a la dirección de Planeación y Desarrollo para realizar sus acciones y adecuarlas a los cambios de la sociedad y a las necesidades de la Universidad.

El ajuste que se realizó al Plan de Desarrollo 1983-1992 fue, que el período que debería cubrir sería de nueve años, haciéndose una revisión cada tres años de los alcances obtenidos.

Durante su periodo al frente de la rectoría, el Lic. Efrén González Cuéllar participó y tuvo mayor presencia. Dentro de los cambios que se vivieron en la entidad y en la institución, González Cuéllar señala que: "el proceso de planeación es esencial dentro de la educación superior, desafortunadamente en muchas universidades no se aplica. Este es el momento que tiene la UAA para enriquecer su plan de desarrollo"⁴

Asimismo, añadió que: "las universidades son el baluarte del pensamiento y son las únicas instituciones en donde se puede cambiar el futuro para que México sea cada vez mejor". En este sentido, dijo que: "la UAA ha logrado un aceptable desarrollo y que se está avanzando en la búsqueda de la superación académica, corrigiendo las fallas que se presentan".⁵

Mencionó también que, "nuestro país tiene un serio problema de analfabetismo funcional, pero también existe un analfabetismo cultural, social, económico y político. Indicó que la Universidad tiene la obligación de impulsar la cultura no de una forma esporádica sino a través de la suma de esfuerzos en la realización de eventos académicos, científicos y culturales".⁶

Se debe tomar en cuenta que la educación es una parte importante en la vida para incrementar el conocimiento, pero es de igual importancia preservarlo y mantenerlo para, posteriormente, irlo transformando según los cambios que se vayan presentando de acuerdo a los logros de los hombres, ya que de lo contrario, pueden convertirse en empresas difíciles y complejas.

⁴ Memorias UAA, pág.25, Efrén González Cuéllar, Aguascalientes, Ags.

⁵ Idem.

⁶ Idem.

La nueva cultura del trabajo se orienta a la creación en las universidades de un segmento de académicos dotados de muchas cualidades empresariales, tales como: iniciativa, uso de las relaciones, planteamiento de proyectos interinstitucionales y sensibilidad a factores del macro contexto empresarial, siendo condiciones para una vinculación de las universidades con el mundo productivo.

Al crearse la Universidad se aceptó que la educación fundamentalmente no debía ser meramente utilitaria sino que debía tener un gran sentido humanista, es decir, tomando en consideración que el hombre es un ser social - moral, que forma parte de un todo con el mundo que lo rodea, resulta fundamental que no olvide sus principios éticos

La rectoría del Ing. Gonzalo González Hernández, sucesor del Lic. Efrén González, es considerada por parte de la comunidad estudiantil, sin cambios trascendentales para la Universidad. A diferencia de la gestión del Lic. Felipe Martínez Rizo, quien durante su período como rector de la UAA se caracterizó por tener una mayor visión de todas las áreas que conformaban la institución; logrando un alto nivel educativo y el reconocimiento de gran prestigio para la Universidad, no sólo en el ámbito nacional sino también en el extranjero.

Se ha puesto de manifiesto que la labor de Martínez Rizo al frente de la máxima casa de estudios fue de gran importancia, y es por ello que se ha buscado la manera de construir las bases necesarias para continuar con el desarrollo de la excelencia académica tanto de los alumnos como de los profesores.

Martínez Rizo se enfocó a mantener la mística que ha caracterizado a la Universidad Autónoma, procurando mantener una comunicación abierta con la comunidad estudiantil y con la sociedad en general, para conocer sus desacuerdos, expectativas y las posibles soluciones a las problemáticas.

El informe de labores de 1996 resumió en tres partes generales las actividades realizadas durante el año; las dos primeras partes incluían lo referente al ejercicio presupuestal y un plan de trabajo para 1997, derivados ambos, de los planes de desarrollo institucionales.

La tercera parte incluía las tareas llevadas a cabo por cada uno de los departamentos que conforman la Universidad, en el cual se mencionaban los aspectos más sobresalientes de 1996, tales como: la doble actualización del Estatuto, la actualización del plan de desarrollo, el otorgamiento del primer grado de Doctor por la UAA, la obtención de recursos extraordinarios para investigación, del Centro de Ciencias Básicas, la admisión de la preparatoria en el Examen Estatal de Calidad, el impulso dado a Radio UAA y a la distribución de la producción editorial, la aprobación del ideario de la UAA, entre algunos otros temas.

En el segundo informe de actividades de 1997, Martínez Rizo mencionó que, la realidad financiera por la que está atravesando la Universidad, con su presupuesto ordinario, es de déficit. Por lo que año tras año se deben suspender o posponer proyectos e investigaciones, así como hacer recortes en aquellos departamentos que no tuvieron gastos más allá de lo asignado. Señalando que las cifras de ingresos y egresos para el ejercicio de 1997, se mantuvieron en números negros, pero aún así, existe un déficit aproximado de más de 45 millones de pesos.*

La Universidad cuenta para su presupuesto anual con ingresos de la Federación, del estado y propios para subsanar los gastos de las actividades de docencia, investigación y difusión que requiere la institución. Asimismo, se reciben recursos extraordinarios y de diversos fondos para equilibrar los gastos. Sus recursos externos provienen de: el CAPFCE- para las construcciones; el FOMES de la SEP- para equipamiento y proyectos especiales; y del PROMEP- para plazas nuevas y apoyos en proyectos para mejorar la calidad de las áreas académicas. También se reciben recursos para becas y proyectos diversos de la Subsecretaría de Educación Superior e Investigación Científica (SESIC); del CONACYT; del Sistema Regional de Investigación Miguel Hidalgo (SIGHO), así como de la Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Educación Superior (ANUIES).

Para el buen funcionamiento de sus finanzas, éstas se manejan por separado, asimismo se han creado fondos especiales para la posta zootécnica; crédito y becas; desarrollo de recursos; programa editorial y patronato.

* Información obtenida de la Dirección General de Finanzas de la UAA

La Universidad cuenta además de secundaria, bachillerato, técnico medio, posbásico, licenciatura y posgrados. Con cursos tanto de educación continua como de extensión; los cuales son aprovechados por una población total de 10,446 estudiantes. A este respecto y como dato singular mencionaremos que, en el ciclo 96-97, el sexo femenino predominó sobre el masculino.

En los últimos cinco ciclos, las licenciaturas con mayor demanda son: Derecho, Contaduría Pública y Medicina, el noveno lugar, lo ocupan estudios de Comunicación de Medios Masivos.

En lo referente a las licenciaturas en Comunicación, el desempeño de las instituciones de educación superior en las nuevas relaciones económicas, políticas, y socioculturales generadas con la globalización mundial, han creado la necesidad de tener mejores niveles educativos para poder competir equilibradamente con las instituciones de educación de otros países.

Ya que se ha dado en los últimos años una aceleración en el desarrollo de la tecnología y comunicación satelital, dando como resultado las fusiones y alianzas entre empresas nacionales y extranjeras con el objetivo de ampliar su presencia en el mercado. Y con ello, proporcionar beneficios a través de los servicios financieros, comerciales y educativos al modificar muy rápido el sector de la comunicación comercial, dejando de lado aquellos medios dedicados a fortalecer la cultura, la educación o la integración e identidad nacional.

Por lo anterior, resulta de gran importancia que la formación educativa se oriente, o bien, se conciencie al comunicólogo acerca del profundo significado de esta profesión y su participación en el futuro.

Los antecedentes de las primeras escuelas de periodismo en las instituciones de educación superior surgieron en Estados Unidos de Norteamérica a principios del siglo XX. En América Latina nacieron en Brasil y Argentina en los años treinta, y para 1990 ya existían 224 escuelas. México y Brasil ocupan los primeros lugares en cuanto a instalación de escuelas. En nuestro país, las primeras escuelas surgieron en los años cuarenta y desde 1960, reciben el nombre de Escuelas de Ciencias de la Comunicación.

En los años ochenta, se incrementó el número de escuelas públicas y privadas que ofrecían esta carrera, y para 1991, eran 82 instituciones públicas y privadas de educación superior las que impartían la licenciatura de Ciencias de la Comunicación. Ocupando el décimo lugar entre las profesiones de mayor matrícula del país. Asimismo, ha crecido el número de docentes encargados de transmitir sus conocimientos a las nuevas generaciones, preparándolos de acuerdo con las exigencias de los cambios que constantemente se están integrando, tanto en la teoría como en la práctica y en las nuevas tecnologías que se utilizan ya en casi todos los medios de comunicación.

Es importante señalar que en el estado de Aguascalientes son sólo dos universidades las que ofrecen la formación de profesionales en comunicación: la licenciatura en Medios Masivos de Comunicación, que se imparte en la UAA y la licenciatura en Comunicación en la Universidad Cuauhtémoc plantel Aguascalientes, siendo la primera la que tiene una mayor demanda.

La Lic. en Medios Masivos de Comunicación tiene una duración de diez semestres, en los cuales se prepara al alumno para participar en alguno de los diferentes medios masivos de comunicación, brindándoles los elementos necesarios para que se formen una conciencia crítica sobre alguna situación política, económica o sociocultural que sea de la incumbencia tanto del comunicólogo como del auditorio.

Es importante que en las escuelas e instituciones donde se imparte la carrera de Comunicación, se busquen mecanismos de reestructuración, así como estar al pendiente en cuanto a la revisión de planes de estudio para que no se vean rebasados por la implementación de las nuevas tecnologías, y la desigual competencia con los profesionales de otras instituciones.

2.3 RADIO UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE AGUASCALIENTES

En 1977 un grupo de personas encabezadas por uno de los fundadores, el Lic. Sergio Rodríguez Prieto, comenzó a realizar un proyecto para crear Radio Universidad Autónoma de Aguascalientes (Radio UAA), con el objetivo general de ser un enlace entre la comunidad universitaria y la población de la región en el marco de la extensión universitaria, la docencia, y la investigación, al ser los pilares fundamentales de esta institución.

Entre los objetivos que persiguieron para convertir el Instituto Autónomo de Ciencias y Tecnología en Universidad Autónoma de Aguascalientes, fue contar con un canal de comunicación abierta, para que las personas de todas las ideologías expresaran sus ideas y fueran partícipes de los cambios en bien del desarrollo de la entidad.

A cargo del Lic. Rodríguez Prieto se quedó la difícil tarea de presentar el proyecto para que el Rector y el Consejo Universitario en turno aprobaran la creación de la XEUAA, Radio Universidad Autónoma de Aguascalientes y, posteriormente, con el permiso correspondiente ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) y las autoridades estatales para realizar las primeras transmisiones de prueba.

Por lo anterior, el Lic. Rodríguez Prieto fue nombrado por el entonces Rector de la máxima casa de estudios aguascalentense, Dr. Alfonso Pérez Romo, como Director de la radiodifusora universitaria iniciando operaciones en los 1520 Khz. Con un transmisor de 250 watts y una programación irregular en sus transmisiones, que incluía música clásica, semiclásica, popular y divulgación de programas culturales, en un horario de 7:00 a 19:00 horas,.

El Dr. Pérez Romo fue el primer rector en dar a conocer su informe de labores a través de Radio UAA. Sus palabras las escucharon personas representantes de la sociedad aguascalentense; funcionarios, profesionistas, estudiantes y periodistas. La fecha quedó grabada en la historia de Aguascalientes.

Asimismo, la oficina de difusión de la máxima casa de estudios dio a conocer que a través de la emisora se transmitiría la esencia de la Universidad a toda la población aguascalentense, por medio de programas radiofónicos de alto nivel cultural. Para tal efecto, se aprovecharía el convenio entre la UAA y la UNAM, quien proporcionaría todo el material fonográfico - con más de 40 años de experiencia- de que disponía en su fonoteca.⁸

Una vez obtenido el permiso para las transmisiones por parte de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) el 14 de abril de 1978, se comenzó a trabajar en Radio UAA para tener programas que se adecuaron a los objetivos y estatutos establecidos en la máxima casa de estudios de la entidad.

⁷ Inició labores la XEUAA Radio Universidad. El Heraldo de Aguascalientes, pág. 1 sec. 3ª, 15/12/1977

⁸ Compra de equipo para instalar Radio Universidad, pág. 1. Revista "Momento", 23/06/1977. Aguascalientes, Ags.

Con el recuento del primer aniversario de la XEUAA, el entonces responsable Lic. José Reynoso Martínez, señaló que, cuando Radio UAA inició actividades la programación se conformó solo de música moderna, lo que trajo como consecuencia un alud de críticas de todos los sectores por lo que se decidió cambiar dicha programación por música clásica y programas orales, cambio que tampoco dio resultado.

El 13 de enero de 1978 se inauguró oficialmente la XEUAA, instalada dentro de la propia Ciudad Universitaria, como lo señala en entrevista José Dávila Rodríguez, actual director de Radio UAA, mencionando también que en ese entonces, existía otra emisora cultural, perteneciente a la casa de la cultura, hoy día "Instituto Cultural de Aguascalientes" y una tercera emisora; "Estereo-Mende!", perteneciente a la orden religiosa de San Agustín. De esta manera, la entidad contaba con tres emisoras permisionadas y cinco concesionadas, que conformaban el cuadrante. Siendo a finales de este periodo cuando se dio el auge de las emisoras comerciales en la entidad.

Del mismo modo, las bases sobre las cuales se erigió la emisora fueron: Ser un vínculo de comunicación entre la comunidad universitaria y la sociedad, manteniendo como punto de partida la filosofía humanista, adecuándose a las necesidades y cambios que se generan fuera y dentro de la región.

El esquema que se tenía de radio cultural y educativa, se retomaba de Radio UNAM y Radio Educación del D.F.; la primera considerada como una radiodifusora sería, formal en todos sus espacios. La segunda, con un sistema más tendencioso. Por otro lado, lo que se buscaba con la XEUAA era romper con esos esquemas viejos impuestos por las emisoras referidas que fueron las primeras en el cuadrante en dedicarse a la difusión de la cultura y la educación.

En los primeros años, Radio UAA no tuvo mayor relevancia dentro de la historia radiodifónica de la entidad, sus transmisiones eran irregulares, debido a que contenían una programación de poco interés para el auditorio y no contaba con espacios informativos. Fue hasta abril de 1980, cuando el entonces jefe de la emisora universitaria Emilio Bolaños, notificó que se recibiría en forma exclusiva el noticiario matutino de Radio UNAM -de 8:00 a 9:15 horas-, con éste enlace informativo se dio la posibilidad de informar a los aguascalentenses de los sucesos nacionales y mundiales de manera objetiva y veraz.⁹ En ese mismo año Radio UAA se enlazó a la Red Universitaria Mexicana, para transmitir programas dirigidos a la provincia.

⁹ Transmisión de noticieros en Radio de la UAA. El sol del Centro, pág. 3 Sec.a. Aguascalientes, Ags. 06/04/1980.

Aun contando con inconvenientes significativos como, la falta de recursos económicos y el desinterés de algunos rectores de la máxima casa de estudios de Aguascalientes; la estación radiofónica incrementó su potencia de 550 a 850 watts, con la cual abarcó con mayor fuerza la parte norte de la entidad ya que la antena se encuentra ubicada en esa dirección, dentro de Ciudad Universitaria.

En 1985 Radio UAA tenía una programación diversa, dirigida a comunidad universitaria y sociedad en general, compuesta por música clásica, jazz y servicio social a la comunidad. En entrevista con el Lic. Rodríguez Prieto, entonces director de ésta emisora, señalaba que: "las estaciones culturales enfrentan graves problemas de apoyo económico que se traducen en ausencia de productores, lo que a su vez, hacen que se conviertan en sinfonola, donde faltan la información y la crítica".

Además, la transmisión de programas de música tanto clásica como jazz y rock progresivo, resultaban difíciles de entender, por ello la importancia de contar con locutores preparados para que dieran una explicación acertada sobre estos aspectos y despertaran el interés y la opinión del radioescucha.

En marzo de 1986, se realizó un convenio entre el director del Instituto Mexicano de la Radio (IMER), Teodoro Rentería y el Lic. Efrén González Cuéllar rector de la UAA; en el que se estableció la mutua cooperación en cuanto a diseño, producción, difusión e intercambio de programas que contribuyeran a preservar y fortalecer la soberanía e identidad nacionales.

En este convenio, el IMER se comprometía a proporcionar material escrito y radiofónico en apoyo a Radio Universidad, así como proporcionar series radiofónicas en los rubros de: cultura, educación, información científica y tecnológica, orientación, entretenimiento y deportes. También se comprometía a dar capacitación al personal en los rubros de investigación, diseño de producción y evaluación de programas radiofónicos, cobertura y tipos de auditorio.

Otro punto que se trató fue el referente a los gastos de transmisión y la difusión de los programas del IMER a través de Radio UAA. Por su parte la emisora universitaria se comprometía a proporcionar documentos y asesoría para la elaboración de sus programas radiofónicos. Pero este convenio quedó sólo en buenas intenciones, ya que no se llevó a cabo.

Los convenios realizados con dependencias e instituciones de educación superior, de investigación, y difusión cultural han enriquecido la programación de la emisora. Asimismo, se ha procurado realizar programas enfocados al acontecer en la entidad, conforme a las opiniones y sugerencias de los radioescuchas.

Entre los proyectos que se establecieron para aumentar la programación, se incrementaron las transmisiones de 6:00 AM. a las 24:00 PM., de lunes a sábado y los domingos de las 6:00 a las 22:00 horas, se aumentaron los programas infantiles, cursos de extensión universitaria, de comentarios, informativos y de política; siendo éstos últimos en los que ha tenido mayor penetración.

Radio UAA ha tenido cinco directores, de los cuales dos han repetido este cargo y el actual se ha mantenido desde 1987 a la fecha en su cargo. En este rubro, es importante mencionar el trabajo realizado por los directivos que ha tenido a su cargo la radiodifusora; dado que han procurado — alcanzar los objetivos y metas pugnando por lograr el desarrollo y crecimiento de la misma. (Ver anexo V)

En julio de 1987 José Dávila Rodríguez, (ex director de radio solidaridad) fue designado por quien era rector de la máxima casa de estudios, Lic. González Cuéllar, como nuevo Director de Radio UAA. Señalando que, "más que la emisora cultural es un instrumento del Alma Mater aguascalentense para difundir la docencia, la investigación y la extensión universitaria, a todos los sectores de la sociedad".

Por su parte, el director de comunicación social de la universidad, Lic. Héctor de León, manifestó que "la emisora operaba como un excelente laboratorio para las prácticas profesionales de los estudiantes de la carrera de comunicación".¹⁰

En septiembre del mismo año, se firmó un convenio con la BBC de Londres, con la ANUIES y con el IMSS, para transmitir una serie de programas a través de la XEUAA, con lo cual se enriqueció la programación y se ampliaron las alternativas para los radioescuchas.

En 1988 el otrora gobernador Miguel Angel Barberena Vega, se mostró dispuesto a costear un nuevo equipo de transmisiones para XEUAA, con el fin de contribuir al mejoramiento físico y de transmisiones de la emisora. En ese mismo año pidió apoyo a la SEP para equipar una cabina con el objetivo de mejorar la calidad de las emisiones y para convertirla en un laboratorio para los estudiantes de la carrera de comunicación.

¹⁰ Radio Universidad, eje en la difusión de la docencia. Hidrocálido, pág.2 Sec. a. Aguascalientes, Ags. 28/06/1987

En noviembre de 1991, entró en servicio la unidad de control remoto ampliando las posibilidades de enlace directo, para estar en continuo contacto con la sociedad aguascalentense. El entonces rector Ing. Gonzalo González Hernández, al referirse a los logros obtenidos desde las primeras transmisiones de la emisora universitaria (1977) comentó que, "Radio UAA es uno de los medios de enlace entre la comunidad universitaria y el medio social, con la peculiaridad de ser un canal abierto a la libre expresión de las ideas, dentro de un marco de respeto, y preocupado por la preservación de los valores culturales. Tenemos una radiodifusora que se esfuerza por ir a la par del desarrollo de la propia universidad".

En el marco de su aniversario número trece -1991- la XEUAA no ha sido totalmente valorada ni siquiera por los propios universitarios considerándola como un "oasis" en el centro de la república, señalando a Don Pedro Rivas Cuéllar, pionero de la radiodifusión aguascalentense, como uno de los pilares que facilitó la instalación de la emisora universitaria.

El esfuerzo realizado en los años noventa por Radio UAA la ha llevado a consagrarse entre las mejores emisoras de tipo universitario, cultural y educativo de la República Mexicana. Ésta mantiene como norma la libre expresión de ideas, el respeto a la pluralidad de pensamiento, el servicio a la comunidad.

Es un medio abierto a todos los sectores sociales, con la pretensión de coadyuvar en la preservación de los valores culturales, tal como lo especifican sus objetivos. Es así como está radiodifusora comienza a encontrar la mística que desde un principio buscó, pero sin tener aún el éxito pretendido. Por lo que deben continuar buscando la excelencia en sus recursos humanos, ya que puede ser la base más importante que marque la diferencia de distinción hacia el auditorio.

En relación con los niveles de audiencia radiofónicos en Aguascalientes, resultan poco confiables ya que la información suele manipularse, por lo que los resultados no siempre son verídicos. Por tal motivo, Radio UAA cuenta con su propio método para medir su nivel de audiencia, el cual consiste en tomar en cuenta las llamadas telefónicas recibidas, la correspondencia escrita, y la opinión que se recibe de las personas en la calle. Lo que ha dado como resultado que se tiene con un porcentaje de entre 15% y 20% de radioescuchas en toda la entidad. Porcentaje que representa un gran logro, dado que existen 17 emisoras que son comerciales y dos más con cobertura interestatal en el Estado.

El compromiso de la XEUAA se basa en ofrecer lo que otras emisoras no pueden, ya que se realizan propuestas diferentes a las de las emisoras comerciales; por ello al momento de que el radioescucha sintoniza Radio Universidad inmediatamente distingue un estado anímico muy distinto, en comparación con el exceso de información comercial prevaleciente en las emisoras comerciales.

Dávila Rodríguez comentó que, gracias al esfuerzo realizado a lo largo de los once años al frente de la emisora, en conjunto con las personas que laboran en ella, se han logrado cambios significativos; mismos que han desenvocado en resultados óptimos que valieron para obtener más apoyo de las autoridades universitarias, quienes reconocen la importancia que la emisora tiene tanto para la comunidad Universitaria como para la sociedad de Aguascalientes.

El motivo por el cual Radio UAA recibe apoyo económico de la SEP por medio del programa Fondo para la Modernización de la Educación Superior (FOMES)¹¹, se debe a que, dicho programa tiene como finalidad impulsar los proyectos de las instituciones de educación superior en la difusión y extensión de sus actividades culturales, educativas, de extensión universitaria y social. Y, por supuesto "Radio UAA" pertenece una institución de educación, dedicada a la difusión de la cultura y en parte, a la educación.

Referente a la labor de la radio en la educación, Dávila Rodríguez señaló que, "la mayoría de la educación se disfraza, por que hay que divertir-educando ó educar-divirtiéndolo. Es muy pretenciosa esta palabra de educar, pero si se maneja la cultura en sus diversas modalidades educativas".

En nuestro país en general, no se tiene una cultura para "escuchar radio"*, esto es, los radioescuchas no están educados para prestar atención a los programas transmitidos por las radiodifusoras, menos aún si dichos programas se presentan con seriedad. Es por ello que para una emisora cultural resulta sumamente difícil el conseguir seguidores. En el caso específico de Radio UAA, se dificulta el mantener radioescuchas dado que su público objetivo, los jóvenes, prefieren sintonizar las emisoras comerciales, mismas que ofrecen más variedad de programas musicales, convirtiéndose sólo en una sinfonola.

¹¹ FOMES: Surgió en 1990, como iniciativa de la SEP, para apoyar a aquellos proyectos institucionales y multinstitucionales, para la extensión de la cultura y los servicios de las IES.

* Escuchar: poner atención en percibir palabras o sonidos.

• Oír: Percibir los sonidos. Diccionario Larousse Enciclopédico Universal N° 4, Colombia 2000.

Ante los cambios que se generan constantemente en la sociedad y por el papel preponderante que juega la Radio en la misma, lo que se propone Radio UAA como medio de comunicación alternativa, es contar con espacios para informar objetiva y verazmente, dando prioridad a programas donde participen los radioescuchas, buscando métodos para llegar a establecer un vínculo de comunicación democrático, plural y abierto a todas las ideologías que engloban a nuestra entidad.

Cabe destacar que no se pretende imponer una etiqueta, sino atraer la atención del auditorio de forma tal, que se identifique como parte de un todo con la emisora, sin sentirse solo como un consumidor. Sin embargo, reitero, resulta difícil lograr dicho cambio ya que no existe una cultura en los jóvenes que los impulse a involucrarse con los asuntos de interés en la entidad. Sin duda, uno de los principales atractivos para ser preferidas las transmisiones de las emisoras comerciales se debe a que la radio comercial da todo "digerido" al radioescucha, no se le invita a pensar o criticar y menos aun, a imaginar.

A este respecto, es preocupante lo que se espera en un futuro de las generaciones infantiles, las cuales no cuentan con programas específicos que estimulen su imaginación y su deseo de aprendizaje, por lo que es lógico aventurar que serán radioescuchas iguales o con menos tendencia a gustar de las emisoras culturales cuando se conviertan en adultos.

Cabe destacar que, algunos alumnos egresados de la carrera de medios masivos de comunicación de la universidad en cuestión, han colaborado en la estación pasando posteriormente a laborar en estaciones comerciales; realizando leves cambios en los programas en que participan, lo cual deja ver la influencia positiva que su estancia en Radio UAA marco en ellos.

En lo referente a la carrera de Ciencias de la Comunicación, anteriormente no existían en la entidad escuelas que impartieran áreas enfocadas a los medios de comunicación, por lo que los interesados en aprender acerca de ella se tenían que trasladar a los estados vecinos o a la capital de la República. Actualmente en Aguascalientes, son sólo dos las universidades que imparten dicha área, por lo que no se tiene gran cantidad de egresados, pero tampoco se cuenta con muchas empresas dedicadas a la comunicación. Sólo existen dos grupos radiofónicos, que son: Radio Grupo y Promomedios, con lo cual se obstaculiza el desarrollo de los futuros comunicólogos. De igual forma, los otros medios de comunicación: televisión y prensa escrita, no tienen espacios suficientes para dar cabida a los egresados de las áreas de comunicación en el Estado de Aguascalientes.

Aunado a la poca demanda de Licenciados en comunicación, lamentablemente la gente de esta área que concluye sus estudios pretende trabajar en puestos a nivel de gerencia o producción; sin tener una preparación más allá de las aulas, esto es, que aún no cuentan con práctica, experiencia en el medio o cursos adicionales como para ser responsables de las áreas más importantes y enriquecerlas con calidad.

Por otra parte, existen diversos motivos por los que el estudiante no termina sus estudios. Algunos abandonan la carrera por que descubren que no era lo que pensaban; otra razón importante es la falta de empleo en la entidad, lo cual provoca desertión en los jóvenes que no tienen forma de sustentar sus estudios; y por último, la desmotivación proveniente de quienes ya se encuentran laborando en los medios, por promover que es obsoleta la teoría que reciben los jóvenes en las aulas, recomendándoles el emplearse en otras áreas, como el comercio, que les reditúa mejores ganancias.

En cuanto a los conocimientos escolares, debe aceptarse que se tienen deficiencias a este respecto, ya que en la escuela se proporciona teórica y poca o nula práctica. Por lo que es recomendable que los estudiantes de Comunicación alternen los conocimientos académicos con la práctica dentro del medio; y de no ser posible esto, entonces tomar cursos alternos más especializados.

La realidad muestra que son pocos los egresados que logran entrar a laborar en las radiodifusoras, y quienes lo logran lo hacen como simples presentadores de canciones o anunciantes de productos; además de que por su nivel en la empresa son mas vulnerables a ser condicionados, debiendo expresarse bien del partido que está en el poder o del propio sistema, ya que de no hacerlo, pueden se vetados. Cosa que no sucede con los locutores de Radio UAA, ya que se les permite expresarse con total libertad sin temor a posibles represalias ni condicionamientos.

Como lo señala Dávila Rodríguez en su comentario: "La radio tiene un encanto especial, la gente puede crear, puede echar a volar la imaginación, puede expresarse sin límites y con ello, invitar al radioescucha a sentir o bien a reflexionar. Es por ello que se deben adecuar los planes de estudio, para que los jóvenes se interesen en esta rama de los "massmedia" que en la actualidad, es parte importante en la vida de los seres humanos".

La radiodifusora universitaria cuenta con la ventaja de tener libertad plena para realizar cualquier programa, tocando a fondo temas que a las emisoras comerciales no se les permite.

El material que se recibe por los convenios con radiodifusoras extranjeras, proviene de países tales como: Alemania, Inglaterra, Francia, Canadá, y Holanda. Asimismo, Radio UAA envía material a las diversas emisoras para intercambio cultural, sin ningún fin lucrativo. Igualmente se utilizan dichos convenios para enviar material propio de los radioescuchas universitarios, para participar en eventos internacionales de literatura en sus diversas ramas, como lo son el cuento, la poesía o la narración, eventos que resultan por demás atractivos para la comunidad estudiantil.

Dado que las demás estaciones del cuadrante no transmiten programas culturales ni educativos, a Radio UAA corresponde ser el conducto por el cual se invita a la gente a interesarse en estas áreas. Así mismo, hacer que se involucren en el desarrollo y cambio que requiere este medio, para continuar siendo una emisora de interés tanto para los radioescuchas como para aquellas instituciones que le brindan su apoyo.

En lo referente al presupuesto que recibe Radio UAA de parte de las autoridades, y que es aprobado por la junta de gobierno; este se fija de acuerdo a un programa anual que se le solicita a la Radiodifusora en el que se deben incluir los planes y proyectos a realizar, para con base en ellos decidir el monto anual de asignación. De igual forma, se recurre a diferentes instancias para obtener el material que se necesita en la emisora, incluido el transmisor de mayor potencia, (el actual es de baja potencia y ha sido reparado ininidad de veces). No hay que perder de vista que la ciudad está creciendo y, por ende, se tiene la necesidad de aumentar la potencia para llegar a todos los rincones de la entidad.

En relación con el manual que se tiene en la emisora, actualmente resulta obsoleto, ya que lo han rebasado los cambios continuos que se realizan desde la propia universidad; por lo que se está creando un sistema con nuevos objetivos y proyectos para su actualización. Por lo que, se continúa trabajando con las autoridades en funciones.

Con la reestructuración vigente de la programación de la emisora, se busca terminar con formas viejas y obsoletas que no han permitido que la estación crezca. Previendo no caer en lo que ha realizado Radio UNAM en los últimos años, la cual se ha dedicado a vivir de sus recuerdos sin dar lugar a un cambio significativo.

Tocante a eventos culturales, la emisora se ha preocupado por participar en eventos representativos para la comunidad como lo es la Feria Nacional de San Marcos, en la que se realizan entrevistas y reportajes de interés para el auditorio; aprovechando el evento para promocionar a la Universidad y sus opciones.

La emisora cuenta también con un espacio para transmisión de conciertos, en el cual se invita a grupos o personas de diferentes entidades del país para dar a conocer sus múltiples expresiones musicales, denominada: "Polifonía Universitaria".

Igualmente, se transmite la Temporada de la Orquesta Sinfónica de Aguascalientes; el Festival Cervantino, que se realiza en el Estado de Guanajuato, así como material que se recibe o se solicita a diversas instancias culturales o educativas en el país.

Debido a que se dejó de transmitir el noticiario de Radio UNAM en la programación de Radio UAA, la emisora se vio obligada a contar con sus propios espacios informativos. Para lo cual, realizó un estudio sobre los medios de comunicación por los cuales se informaba la gente de la región, con la sorpresa de que la mayoría de las personas no se interesaban por leer los diarios locales y mucho menos, los nacionales.

Ante tal situación, se sugirió adquirir los diarios y revistas para conseguir información; ya que esta medida resultaba más económica que contratar los servicios de una agencia informativa. De esta manera se comenzaron a dar las noticias a través de la radiodifusora, innovando completamente la manera de informar; por lo que fue retomado posteriormente por los medios comerciales. Es de mencionar, que este trabajo se realizó por necesidad, buscando dar un toque diferente al que el radioescucha estaba acostumbrado; se imprimió cierta picardía, acompañada de un poco de ironía a la hora de leer las notas, buscando con ello, que el auditorio se interesara por los sucesos de la entidad.

Los resultados de estas transmisiones se vieron concretadas en críticas o reclamos por parte de los radioescuchas. Aunque en ocasiones a las propias autoridades de la entidad no les agradan esos comentarios, ya que salían a la luz cuestiones que debían permanecer ocultas. Incluso, se llegaron a recibir en la estación llamadas, donde se pedía "bajar el Tono", y se llegaron a encontrar con la sorpresa de tener "intervenidos los teléfonos". Acciones ocurridas principalmente en el periodo de elecciones, tratando de imponer a la emisora una línea a seguir, igual a las radiodifusoras comerciales.

A la fecha, se cuentan con tres espacios informativos, que son: **"7:00 A.M."**: Espacio informativo que se transmite de 7:00 a 9:00 de la mañana, de lunes a viernes. Aborda noticias nacionales y locales así como temas de interés con el lineamiento básico de la pluralidad y libertad de expresión, ofreciendo no sólo la nota sino dando un seguimiento crítico de la misma. La producción y conducción del noticiario está a cargo de Rafael Juárez Rodríguez y Arturo Llamas Orenday.

El segundo informativo **"los Universitarios"**, se transmite de las 14:30 a las 16:00 horas, con programación semanal. En éste se informa de las actividades que se llevarán a cabo al seno universitario, tocando temas de relevancia que incluyen comentarios de especialistas de la propia institución. También se incluye el material que envían las instituciones de educación superior adheridas a la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES).

El tercer noticiario **"Hoy en Día"**, se transmite a la semana con un horario de 20:00 a 21:30 horas, este programa se realiza con la información generada en el transcurso del día, por lo cual se le da un seguimiento y da la pauta para el cierre de la barra noticiosa de la difusora. A diferencia de las radios comerciales, que tienen sus programas informativos por la mañana y posteriormente, sólo cápsulas informativas.

En cuanto a la programación musical, se ha tratado de mantener programas en los que se transmitan melodías de las diversas épocas y países, dado que Radio Universidad es la única emisora en la entidad que difunde sobre todo la música clásica, ya que las radiodifusoras comerciales no lo hacen o es esporádico, argumentando que dichos espacios no son redituables económicamente. En lo concerniente a los programas de servicio a la sociedad, se tienen convenios con instituciones y organismos públicos y privados para realizar coproducciones con temas de interés. El programa **"Detrás, Dentro y Frente a la Radio"**, es una serie que aborda temas de relevancia universitaria y su entorno socio, político, económico y cultural.

Vale la pena comentar que, se han realizado las gestiones pertinentes para obtener un transmisor de mayor potencia -5000 mil watts-, con el fin de cubrir la entidad y más allá de sus límites para que la señal de la XEUAA llegue a un mayor número de radioescuchas.

ESTA COPIA NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

Actualmente, la emisora universitaria transmite en el 1370 de amplitud modulada, con una potencia de 5,000 watts, en horario de lunes a sábado de las 6 a las 24 horas, y los domingos de las 6 a las 22 horas, con la ubicación de sus instalaciones en el edificio 14 de Ciudad universitaria.

Mencionó por último, que Radio UAA, cuenta con una plantilla de quince personas quienes laboran en la emisora y con la colaboración externa de cincuenta personas, en la producción de los programas, también señaló, que la emisora dejó de pertenecer al Departamento de Comunicación y Relaciones Públicas y se integró a la Dirección General de Difusión de la propia Universidad.

2.4. PROPUESTA DE DOS PROGRAMAS RADIOFÓNICOS PARA RADIO UAA.

Hagamos algunos señalamientos básicos antes de describir la propuesta. La programación de una emisora educativa está determinada por los objetivos y pautas establecidas en los estatutos de las instituciones de educación superior que cuentan con un medio como la radiodifusión, además, depende de la influencia de las diferentes entidades que tienen ciertas características propias de esas zonas y según el plano social, político, económico, geográfico y los aspectos que están marginados: la cultura y la educación.

Los programas radiofónicos se dividen en musicales y hablados. Estos últimos, con fines educativos e informativos, son más recomendables por que permiten expresar ideas, transmitir mensajes y la música se vuelve parte complementaria.

Además, se tienen dos posibilidades de producir programas con contenidos concretos o con una estructura previamente determinada, adecuando el mensaje al receptor. Para elaborar programas de radio se requieren datos específicos como el nombre o título. Éste deberá guardar relación con el contenido del programa, y será necesariamente corto y fácil de memorizar para el receptor. La presentación del programa servirá para atraer la atención del radioescucha, así como el tema a tratar.

El cuerpo del programa debe contar con temas variados, amenos y breves, procurando abordar enfoques tanto de los participantes en cabina como del público receptor, los cuales servirán para respaldar lo que se dice. Las voces del locutor tendrán gran importancia en el estilo y el manejo de los temas y, por último, el manejo de la música y algunos efectos que servirán para atraer la atención del radioescucha.

No hay que olvidar que los programas de la radio universitaria son producidos bajo la supervisión de la dirección general y el visto bueno del departamento correspondiente. Para elaborar cada programa se toma información existente en la propia universidad, y en otras ocasiones, se realizan coproducciones con instituciones públicas o privadas interesadas en participar.

La presente propuesta se realiza con base en los resultados obtenidos de la investigación realizada y en la palpable necesidad detectada, para seguir abriendo espacios de participación hacia los radioescuchas, sin obstaculizar la libertad de expresión, tomando en cuenta para ello, los espacios en vivo.

Con esta propuesta se pretende incrementar espacios de expresión como el ya existente, denominado "Detrás, dentro y Frente a la radio", que ha sido y es parte fundamental para el contacto con la sociedad de Aguascalientes. Cuyo prestigio le ha valido el mantenerse al aire por varios años.

A continuación se hacen dos propuestas de programas radiofónicos para radio UUA, después de considerar la importancia que tiene este medio de enlace entre la comunidad y los aspectos que envuelven el desarrollo de la misma, sobre todo en el ámbito educativo-cultural y en la opinión pública de los radioescuchas que son sectores no explotados a fondo.

Asimismo, estos programas se caracterizarán porque su realización será 20% en cabina y 80% en el exterior; con instrumentos como entrevistas y encuestas a la ciudadanía. Se pondrá especial atención a la música, adecuándola de tal forma, que resulte atractiva y logre captar y mantener la atención del radioescucha.

El esquema o estructura del programa propuesto en este trabajo se tomó de un folleto proporcionado por Manuel Estrada del departamento de producción de radio UNAM, quien mencionó que, éste se utiliza para la presentación de los proyectos de producción en la radiodifusora universitaria.

LA DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Diseñar un programa de radio no es un proceso que se pueda improvisar. Requiere de una diversa gama de investigaciones previas.

En lo siguiente vamos a describir la propuesta en cuanto a los rubros de : el contexto inmediato, la justificación, el objetivo general y los objetivos particulares, género y estructura del programa, el auditorio intencional, horario y periodicidad, duración y tratamiento, modalidad de producción, Estrategias del programa, requerimiento humanos y fuentes informativas,

Primer Programa: Voces de Aguascalientes

CONTEXTO INMEDIATO

Entre los programas que se transmiten por radio UAA se encuentran los de crítica, de opinión y espacios informativos; estos últimos han jugado un papel importante para la participación de la ciudadanía en diversos aspectos de la entidad; tal es el caso de los procesos electorales. Por lo que la radio no sólo sirve para educar y transmitir cultura, sino como medio de comunicación de las diversas ideologías.

Al ser la Universidad de Aguascalientes un enlace entre los universitarios y la sociedad, su radiodifusora debe de contar con espacios donde se dé la posibilidad de comunicar las diversas ideologías. Es por eso que se debe de explotar más estos espacios de expresión, invitando a la ciudadanía a participar en sus diversos programas. La radio universitaria al no contar con recursos económicos suficientes para subsidiar sus gastos y sus proyectos, consiguen esos apoyos a través de instituciones o programas que garanticen que la programación será de interés para el radioescucha. Además siguen capacitando al personal en todas las áreas.

JUSTIFICACIÓN

Si el propósito de radio UAA es el de ser un enlace entre la máxima casa de estudios y la sociedad, en todos los aspectos: político, económico, social, educativo y cultural; resulta necesario buscar alternativas de penetración hacia el público objetivo por lo que la opción viable es estructurar programas informativos, amenos, interesantes y que sirvan de ducto para que el radioescucha exprese su sentir haciéndolo participe del acontecer regional.

Los programas de crítica, opinión y espacios noticiosos transmitidos por radio universidad, se han caracterizado por tener libertad de expresión, invitar y propiciar la participación de los radioescuchas en los asuntos de su entorno, por lo que se hace necesario proponer nuevos espacios en vivo, para que se dé una mayor comunicación entre ambos.

Por lo anterior, se pretende hacer en la emisora universitaria programas que incrementen la posibilidad de dar otras formas para solucionar situaciones en donde estén involucrados la ciudadanía y las autoridades de la región.

OBJETIVO GENERAL

Impulsar la elaboración y difusión de programas radiofónicos, que cumplan con el desempeño de ser un medio de enlace entre las actividades de la máxima casa de estudios y la sociedad desde una perspectiva local, regional, nacional e internacional de los acontecimientos sociales, con el propósito de contribuir al desarrollo sociocultural de los agascalentenses.

OBJETIVOS PARTICULARES

- Conservar la mística que han caracterizado los programas de Radio UAA
- Tener una perspectiva de los acontecimientos que sean de interés para el radioescucha.
- Realizar entrevistas con los sectores sociales de la entidad, involucrados en las problemáticas para su conocimiento.
- Realizar reportajes que permitan difundir e informar a la población sobre el acontecer de la región.
- Acercar al radioescucha con las autoridades para que conozcan y expongan su problemática.
- Reafirmar la presencia de radio UAA en la entidad.

GÉNERO

Radio reportaje, con entrevistas y cápsulas informativas.

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

Programa en vivo con invitados en el estudio, inserciones de entrevistas, reportajes y una sección informativa relacionada con el tema en turno.

AUDITORIO INTENCIONAL

Estos programas estarán dirigidos a todo radioescucha que quiera participar de ellos (público en general y comunidad universitaria), sin descartar la posibilidad de ampliar la difusión más allá de la ciudad, para incrementar el contacto con aquellas regiones de la entidad que están marginadas y tienen poco contacto con sus autoridades.

HORARIO Y PERIODICIDAD

Una hora todos los sábados a las 11:00 horas o bien, dos veces por semana, martes y jueves a las 20:00 horas.

DURACIÓN Y TRATAMIENTO

Seis meses o 50 programas.

MODALIDAD DE PRODUCCIÓN

Los programas serán en vivo con entrevistas y teléfono abierto, contará con secciones informativas y reportajes del tema a tratar. Se realizarán insert* de temas musicales desde el inicio del programa para que el radioescucha lo identifique, así como en espacios dentro del programa para que no se haga tedioso, también se presentarán entrevistas y reportajes con la finalidad de contar con mayores puntos de vista y opiniones diversas.

- **PRODUCCIÓN:** Referente a algo terminado, ya sea escrito o grabado indicando: título, fecha, quienes intervienen, locutores, operadores, grabaciones, discos, duración y efectos.
 - PROGRAMA:** Término para presentar las transmisiones de una emisora.
 - INSERT:** Género periodístico, que se usa para la producción de noticias producidas con texto y audio. El insert es el sonido o grabación que se inserta y se edita.
- Sabandía García, Ernesto. Radio Causa y Cauce. Herramientas y Técnicas. México 1999.

ESTRATEGIAS DEL PROGRAMA

- a) Información, a través de entrevistas y folletos obtenidos de las instituciones o personas de la entidad sobre los temas a tratar.
- b) Con el objeto de dar un panorama más amplio al radioescucha sobre el tema a tratar derivándose de sus inquietudes, dudas, sugerencias, críticas y opiniones, proporcionar teléfonos abiertos;
- c) La música la sugerirá el productor o en su caso, el musicalizador, se pretende que el tipo de música no sea muy tedioso o fastidioso para el radioescucha;
- d) el tiempo será decidido por el productor o musicalizador.
- e) El cronograma de actividades se realizará a través de encuestas que se realizan a los radioescuchas y al público en general, para saber cuáles son los temas que le gustaría escuchar y que sean tratados en este espacio.

REQUERIMIENTOS HUMANOS

- Productor: se encargará de decidir sobre el tema a tratar, así como reunir al equipo humano para la realización del programa desde su asistente, colaboradores, musicalizador, guionista, operador de audio, conductores y locutores, además de mantener un contacto con las propias autoridades de la universidad y con los personajes que van a formar parte de ese espacio radiofónico.

FUENTES INFORMATIVAS

Con la finalidad de brindar una mayor y veraz información acerca de los temas a tratar en el programa es preciso contar con material como folletos, convenios o coproducciones con las diferentes dependencias para incrementar la participación del radioescucha en las emisiones de este programa.

Segundo programa: *Jóvenes XXI*

INTRODUCCIÓN

Esta propuesta de programa radiofónico, está enfocado a los problemas que enfrentan los estudiantes de nivel licenciatura. En este sentido, es esencial conocer el papel que juega Radio Universidad como apoyo a los estudiantes de nivel superior, con el fin, de establecer planes que permitan fortalecer el trabajo educativo de cada una de las instituciones de educación superior de la entidad.

La radio universitaria está más enfocada al aspecto cultural y de entretenimiento, sin olvidar el educativo que va implícito en las diversas emisiones y en cada uno de sus programas musicales y hablados, enfocados a la sociedad en general.

Cabe mencionar, que los programas transmitidos por la XEUAA tienen un contenido cultural y educativo, pero no hay uno en particular que se enfoque a ser un espacio de expresión donde los estudiantes traten los problemas por los que atraviesan durante su educación superior.

JUSTIFICACIÓN

En Aguascalientes, la mayoría de las estaciones de radio no transmiten programas educativos o culturales por no ser redituables económicamente, dejando esta tarea a Radio Universidad y a la emisora perteneciente al gobierno del Estado. Por tal motivo, este programa contribuirá a abrir un espacio donde los jóvenes hablen sobre sus inquietudes educativas, así como de los problemas que enfrentan en la universidad.

Es lamentable la escasa participación de los profesores y estudiantes para realizar programas educativos. Por consiguiente, es necesario tener programas de calidad que coadyuven a la comunicación entre profesores y alumnos, con el fin de mejorar la calidad de los futuros profesionistas que contribuyan al desarrollo sociocultural y educativos de su entorno.

OBJETIVO GENERAL

Fortalecer la función educativa tanto de la UAA como de la radiodifusora de la propia universidad y contribuir a la formación integral de los estudiantes, para que se caractericen por ser una oferta de calidad para las diferentes áreas de trabajo dentro de especialidad.

OBJETIVOS PARTICULARES

- Conocer las normas, leyes y planes de educación superior de Aguascalientes. Planes de estudios, actividades extras, necesidades materiales y de estructura.
- Contribuir a mejorar la comunicación entre profesores y estudiantes.
- Fortalecer el conocimiento educativo de los estudiantes en sus diversos campos.
- Aumentar la participación de los profesores y estudiantes en programas radiofónicos educativos.

GÉNERO

Radio revista, reportaje, e informativo.

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

Programa en vivo, a través de mesas redondas donde participen especialistas que analicen el tema a tratar; así como invitar a profesores, alumnos y autoridades para conocer su postura acerca de las normas, leyes sobre cómo se desarrollan los planes de estudio a nivel licenciatura.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

AUDITORIO INTENCIONAL

Este programa estará dirigido principalmente a la comunidad estudiantil de nivel superior; a los profesores de esos niveles, sin descartar la participación del público en general.

HORARIO Y PERIODICIDAD

De 30 minutos los martes y jueves de las 19:00 a las 19:30 horas

DURACIÓN Y TRATAMIENTO

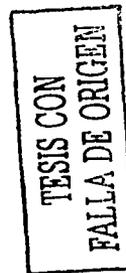
Tres meses o 25 programas.

MODALIDAD DE PRODUCCIÓN

Los programas serán en vivo y con línea de teléfono abierta, enlazando con entrevistas y reportajes grabados.

ESTRATEGIAS DEL PROGRAMA

- Establecer convenios con instituciones de educación superior, para adquirir material útil al programa.
- Ver necesidades reales de estudiantes y qué temas son de urgencia para ellos a través de entrevistas a profesores y estudiantes de las instituciones de educación superior.
- Incluir testimonios de jóvenes sobre los problemas que enfrentan durante sus estudios, como trámites escolares, materias, o problemas de enseñanza de profesores, conocer sus derechos y obligaciones dentro de las instalaciones de estudio por mencionar algunos.
- También incluir secciones como apoyo en: bolsa de trabajo, cartelera de espectáculos culturales y de interés para la comunidad estudiantil.
- Insertar pausas musicales que sean amenas para no hacer tedioso el programa. De tipo clásica cada 3 minutos.



FUENTES INFORMATIVAS

Instituciones de educación superior, profesores y estudiantes de este nivel. Dar un panorama laboral de las diferentes carreras que se imparten en la universidad de Aguascalientes.

Un estudio acerca de la audiencia y los efectos en los radioescuchas sería motivo de una tesis diferente.

Para finalizar el capítulo, deseo dejar constancia que Radio Autónoma de Aguascalientes ha logrado sustraerse de algunas centralidades que por años han venido monopolizando las líneas culturales en la radiodifusión. Estamos hablando por ejemplo, de la Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara, Puebla o Veracruz. Creemos que Radio UAA ha cumplido un papel fundamental en la radio estatal actual. A ello, algunos estudiantes y profesores hemos querido colaborar con la propuesta de programas que rescaten la visión en el desarrollo local y que paralelamente, se preocupen por establecer contacto con un mundo globalizado.

CAPÍTULO III

PERSPECTIVAS DE LA RADIO UNIVERSITARIA EN PROVINCIA: A MODO DE CONCLUSIONES

Una tesis es, a fin de cuentas, el último trabajo escolar y el primer trabajo profesional. En esta tesis, he llevado el siguiente camino: el primer capítulo definió lo más claramente posible mi filiación teórica y la certidumbres metodológicas. El segundo capítulo, permitió conocer los antecedentes históricos y contextos en los cuales se enmarca el objeto de estudio. También dejó en claro que mi perspectiva de análisis es del lado del "emisor", dejando para otro momento los estudios de audiencias; por ello, en el trabajo no se ahonda en esta discusión. Finalmente, se concluye en el presente capítulo, señalando los resultados de la investigación. Tales resultados no son largos ni complicados: más aún podrían compactarse en una hoja.

La investigación, como búsqueda de información, es un proceso relativamente caótico: se recoge información de aquí y de allá, se regresa al texto original, se hacen correcciones, se cambia el orden de los argumentos etc. Pero el proceso de presentación de resultados de la investigación lleva un camino inverso: es un proceso sintético, tajante muy claridoso, donde incluso, los argumentos pareciera que son *a priori*.¹

¹ Karl Marx, Prólogo a la Contribución a la Crítica de la Economía Política, Editorial de cultura popular, México 1976
Pág. 151.

Toda tesis es a fin de cuentas, la ratificación o rectificación de hipótesis iniciales. Así, para ser consecuentes con la metodología propuesta en este trabajo, señalaré hasta qué punto las hipótesis fueron comprobadas.

Las investigaciones más equilibradas e integrales en comunicación no necesariamente requieren "aliarse" ortodoxamente a una corriente de pensamiento. Es factible realizar una investigación que, al complementar diversas metodologías sea un punto de referencia más eficaz para posteriores estudios.

El primer capítulo hizo un recuento de las posturas teóricas que han predominado durante años en la investigación de la comunicación de masas. Por efectos de simplificación expositiva, se señaló en ese capítulo que los teóricos en cuestión y dependiendo de las metodologías cualitativas o cuantitativas usadas, se alían a la corriente "crítica" o a la corriente "positiva".

Unos y otros (críticos y positivistas, en sus más diversas modalidades) han hecho aportaciones fundamentales para el estudio de la comunicación de masas. Unos, los críticos, con sus estudios reflexivos, buscando siempre la perspectiva clasista ya sea del lado del emisor o del receptor han avanzado hacia sofisticadas teorías más de índole sociológica. Por su parte, los positivistas (sean de la línea del funcionalismo o del estructuralismo por ejemplo) han hecho aportaciones fundamentales usando el arsenal cuantitativo.

El aporte en ambos es complementario. Más allá de todo eclecticismo, los críticos con más frecuencia basan sus investigaciones en material cualitativo. Sin embargo, en los últimos años se han estado apoyando en datos hemerográficos, estadísticas rescatadas de centros especializados o generadas por ellos mismos a través de encuestas y cuestionarios. Hay, afortunadamente una revaloración de las metodologías cuantitativas las cuales al verse enmarcadas en argumentaciones más elaboradas han dado paso a estudios mejor estructurados.

Por su parte, los positivistas han avanzado hacia sistemas explicativos más elaborados e incluso, hacia métodos estadísticos más válidos y confiables. Con ello se llega a una síntesis en donde los viejos esquemas se han venido rompiendo. Esto lo señalan los mismos investigadores de la comunicación. Esta es la línea a la cual rescatamos como la más prudente para conducir la presente investigación.

El proceso de globalización* ha convertido a los medios de comunicación y a la economía en su columna vertebral, es por ello que surge la necesidad de plantear un nuevo modelo de comunicación acorde con los cambios. Aquí o en cualquiera área geográfica, la comunicación también es cultura, pero recientemente ha adquirido su legitimidad, en la década de los ochenta cuando los arquetipos de la gestión cultural del estado-nación (comunista-capitalista-neoliberal) entraron en crisis.

Si se toma en cuenta que las técnicas de los medios son casi las mismas en los diferentes países, en sus formas y funciones son comparables, pero con profundas diferencias, tanto cuantitativas como cualitativas en sus estructuras y contenidos.

Tales diferencias se traducen en un desarrollo económico desigual de las naciones y en la diversidad de sus regímenes políticos de acuerdo con las Características específicas de cada sociedad. Ello se explica tanto por el pasado como por el presente, ya que si los medios de comunicación reflejan en su estructura la organización política y social del país, en su contenido son la imagen de toda cultura nacional. Su evolución se rige por el proceso de las tecnologías y por las transformaciones políticas y económicas de las sociedades modernas. Pero paradójicamente, el desarrollo de los medios se dificulta por una serie de frenos culturales y sociológicos de las sociedades contemporáneas. Se continúa con una resistencia pasiva por parte de las autoridades y las empresas de medios de comunicación por defender las costumbres adquiridas y las mentalidades conservadores.

La realidad industrial es un poderoso factor para explicar los cambios que realizan actualmente los grandes grupos de comunicación. Un claro ejemplo, son la crisis económicas que afectan a todos los países en sus diferentes áreas incluyendo los medios de comunicación. De aquí que las alianzas y fusiones se han convertido en un medio para compartir los riesgos y anticipar el regreso de las ganancias a aquellos inversionistas, que se multiplicaron para oxigenar a este sector. También sirvieron para que grupos poderosos tomen el control de empresas en dificultades financieras.

El papel de la Radiodifusión mexicana en las universidades cobra mayor relevancia al emitir programas con enfoques distintos a los transmitidos por las emisoras comerciales.

* Globalización: Efecto de globalizar, presentar algo de forma global. Es todo aquello relacionado con las fusiones entre empresas del mismo giro con el fin de expandir sus imperios y la presencia en mercados que sean redituables en sus ganancias económicas. Diccionario Encarta, Internet.

La relevancia del para qué o para quién es una cuestión algo espinosa. Ha sido un hecho comprobado por este trabajo que al menos, en Aguascalientes, el enfoque no comercial ha impulsado el papel de la radiodifusora en el Estado. Ya se ha argumentado en esta tesis que el papel de la radiodifusión es el de informar y recrear y que actualmente, dada la situación política que vive el país, las radiodifusoras se han convertido también en generadoras de corriente de opinión.

Así, Radio UAA ha contribuido de manera decisiva a la información y recreación de la comunidad. Esto se ha logrado con la transmisión de una barra de programas dirigida a una variada gama de edades en los radioescuchas. Asimismo, en sus emisiones se han debatido temas que han puesto de relieve el papel cohesivo de las radios locales.

Es patente que el enfoque comercial, pone énfasis en el hecho de vender: vender discos, ropa, cosméticos etc. con ello el papel de la radiodifusión no se ve realzado ni es relevante. En este sentido, la publicidad que emerge de las radios comerciales no conlleva a restablecer vínculos comunitarios sino a separar por capacidades de consumo.

En tanto, una radiodifusión con un perfil crítico y cultural, es un factor que eleva a un hecho aquella vieja consigna del aula sin muros. Por ello, hemos comprobado a lo largo de este trabajo que una radio más preocupada por "decir algo" que por "vender algo" le devuelve al ámbito universitario su sentido a la vez universal y comunitario.

Ésta ha sido la experiencia señalada en Radio UNAM y en Radio Educación. Pero también en radiodifusoras universitarias muy fuertes como las del sureste del país: Radio Universidad de Campeche, Radio Universidad de Oaxaca, Radio Universidad de Yucatán y la Radio Universidad Veracruzana.

Similares ejemplos de radios universitarias nos encontramos al norte y centro del país. Por ello, creemos que las radios universitarias son un fenómeno digno de estudio en la comunicación de masas.

La relevancia en la programación universitaria se consigue adentrando al radioescucha en los temas de interés y creándole el hábito de ser más participativo con el fin de tener mayor contacto entre emisora, universidad y sociedad.

Avancemos en la argumentación anterior. Ya hemos dicho que un perfil crítico y cultural en la programación hace que a la radio universitaria se devuelva la relevancia intrínseca de cualesquiera de las Instituciones educativas. Pero el **cómo** darle una presencia más fuerte a la programación es algo que también se demostró en este trabajo a través de las propuestas presentadas.

En efecto, los programas propuestos tienen la característica de adentrar al radioescucha en los temas y generarle una interacción mayor a la que promueven los programas comerciales.

La radio como se ha mencionado a lo largo de este trabajo, es un medio de comunicación rápido, instantáneo, y eficaz en la transmisión de mensajes, los cuales llegan aun auditorio masivo, al que informa y entretiene.

Una estación de radio se encarga de difundir la cultura en sus más diversas manifestaciones, le son propias la investigación, la vanguardia cultural, el uso correcto del idioma, la objetividad, el análisis y la crítica, apegándose a la filosofía humanista que rigen a las instituciones de educación superior y de la cual forman parte.

Me parece importante comentar que la radio universitaria desde su origen, se ha perfilado como una opción diferente ante la desproporción que existe entre las emisoras comerciales y las culturales, ya que estas últimas buscan ser un medio que llegue a auditorios más allá del universitario y para las diversas ideologías.

En la actualidad, es indispensable que las radiodifusoras culturales sean las portadoras de los mensajes de orientación, de información, de entretenimiento y educativos, ya que la sociedad en que vivimos así lo requiere, como parte de una evolución encaminada a aprovechar todos los recursos que están al alcance del ser humano para su utilización.

También debe trabajarse para quitar la imagen que las radios culturales tienen como es; el de ser aburridas, o que solamente transmiten música aburrida, o programas aburridos; se tiene que hacer conciencia en la gente con programas que atraigan la atención no sólo de la comunidad universitaria sino también del público en general.

Es importante destacar el papel de la radio en el desarrollo de la sociedad, ya que a través de la evolución misma de su programación y anuncios publicitarios, el comienzo con las radionovelas, la música y actualmente con los espacios informativos y de servicio a la comunidad, marcan patrones y modelos de conducta que forman parte del comportamiento de la gente.

Uno de los grandes adelantos que han logrado estas emisoras es la segmentación del público, con lo cual se logra una desmasificación del auditorio. Al estructurar su programación de acuerdo con las necesidades y características del radioescucha.

La lucha por el auditorio entre los diversos medios de comunicación es cada vez mayor, en particular las radiodifusoras comerciales copian los patrones unas a otras por falta de creatividad de formatos de producción. Esta batalla por la audiencia de la radio, significa para las emisoras obtener ganancias económicas con publicidad, de aquí que las emisoras estén en constante disputa por ofrecer una programación más atractiva, apoyándose con la participación de locutores reconocidos que tengan un liderazgo, un reconocimiento y una presencia en todos los niveles sociales.

Es de reconocer, que por otra parte, la radio universitaria demuestra que con poco presupuesto se pueden realizar programas de calidad, que sin contar con publicidad son mejores que los presentados en las radios comerciales.

La radio comercial tiene sus objetivos definidos y es muy importante el trabajo que realiza no sólo en nuestro país sino también en otras naciones donde sí se le da la importancia y el lugar que merece como difusora de cultura, entretenimiento y educación.

La radio en estos tiempos, es de más apertura para todo el público, al tratar temas que afectan o benefician al radioescucha. Además está en el camino para seguir consolidándose como un medio de comunicación que preserve las costumbres y tradiciones, al planear, estructurar y diseñar programas con la intención de que éstos satisfagan las necesidades de la audiencia y al invitarlos a formar parte con sus opiniones, sugerencias, críticas y en su con sus participaciones en los programas que sean de su interés.

La perspectiva de la radio cultural la acercan a ser foro de expresión para la audiencia en las diferentes regiones del mundo, al darles una herramienta que les permita conocer y participar como entes de una sociedad en constante cambio.

Por lo anterior considero, que la radio cultural es un importante medio de comunicación, que pretende acercar al radioescucha con distintas costumbres, ideas y sentimientos. Bajo esta perspectiva, las radios culturales deben seguir con la aportación de producciones apoyadas en instituciones dedicadas a la difusión de la cultura y la educación como lo ha sido la SEP y la ANUIES. También buscar consensos en las reuniones que llevan a cabo las instituciones de educación superior a las que pertenecen, ya que los acuerdos que se toman en las reuniones no se concluyen.

Es importante mencionar, que la producción de programas en vivo es importante y necesaria, para atraer una mayor audiencia, ya que como se puede observar en la carta de programación de Radio Universidad Autónoma de Aguascalientes, muchos programas son pregrabados, o grabados, por lo que se pierde el poco interés que puede existir por parte del auditorio al que llegan. (**Ver anexo VI**).

En Radio Universidad Autónoma de Aguascalientes, señala Rogerio Acosta en su tesis que, se caracteriza por ser una emisora con un gran número de producciones; por ejemplo, el 21% son programas de entretenimiento, un 20.28% son educativos, un 4.3% pertenecen a programas de instituciones o embajadas de otros países y un 8.5% pertenecen a programas de servicio social.²

Por lo anterior, es de mi interés el proponer dos programas en vivo; "Voces de Aguascalientes" y "Jóvenes XXI", con la finalidad de colaborar con la emisora como difusora de la cultura, la educación, el entretenimiento y programas de servicio social, para atraer un mayor auditorio y contribuir como lo ha sido el espacio "Detrás, Dentro y Frente a la Radio", que se ha caracterizado por ser un programa de apertura plural, libre y democrático a todas las ideologías.

Cabe hacer aquí una revisión de los programas reseñados en el anterior capítulo. Para facilitar la exposición, vamos a tratar primeramente el programa *Voces de Aguascalientes* y posteriormente el de *Jóvenes XXI*.

² Acosta, Rogerio. La radio Concesionada. UAA. Pág. 80 Aguascalientes. Ags. Enero 1996.

Como ya se señaló anteriormente, Voces de Aguascalientes es una propuesta de programa cuyos objetivos se enfocarán a restablecer un contacto entre Universidad y sociedad. Asimismo, se pretendía ampliar el panorama del radioescucha, pues no importa que su visión sea local, se trataba de darle una visión regional, nacional o internacional a la información que allí se vertía. El formato mismo del programa: radio reportaje, cápsulas informativas, con invitados y mesas de discusión, le pueden dar frescura y credibilidad al contenido. Pero también pueden permitir la interacción de la emisora con ciudadanos de carne y hueso, contribuyendo con eso, al objetivo de servir de enlace.

El horario y los días fijados de transmisión, pueden captar una audiencia amplia aunque enfocada al universitario. La duración del experimento, al menos 6 meses o 50 programas, pueden permitir afinar la calidad de las transmisiones.

Del mismo modo, la producción del programa (forma de planear temas, fondos musicales, cronograma de actividades etc), hará que la emisora tenga arraigo entre la audiencia.

También considero que la planeación de un programa de radio debe de calcular el mantenimiento financiero. Es evidente que las radios universitarias no quieren sustituir a las radios comerciales: son diferentes en cuanto a audiencia, programación etc. Sin embargo, en este sentido, las estrategias financieras de sobrevivencia deberían de estar perfectamente delineadas en cualquier trabajo de planeación radiofónica.

Asimismo, la producción del programa (forma de planear temas, fondos musicales, cronograma de actividades etc.) puede significar que la emisora tenga arraigo entre la audiencia.

Es evidente que con las radios universitarias no se pretenda sustituir a las radios comerciales: son diferentes en cuanto a audiencia, programación etc. No obstante, los costos de transmisión son semejantes.

La radiodifusión en Aguascalientes se desenvuelve actualmente, en un ambiente más propicio para la apertura educativa. Dicha apertura, será un pilar importante para que la UAA pueda avanzar hacia una política cultural más acorde con la globalización actual.

La base tecnológica de la globalización se asienta cada vez más en lo inmaterial, el desarrollo informativo de los medios de comunicación, en la transferencia de conocimientos y de gestión con el tiempo real de los flujos financieros, en la estandarización de los mercados como consecuencia de lo anterior. Los mercados financieros y los medios de comunicación desarrollaron y propulsaron la globalización.³

Es sabido que la adopción de modelos externos sin consideración del entorno en el cual se instala, únicamente genera conflictos.

Ante tal situación resulta indispensable el conocimiento de lo que algunos han llamado "ecología Cultural". Bajo la óptica de Postman, se puede describir el fenómeno de "ecología Cultural" como una mezcla de avances tecnológicos que repercuten directamente en la cultura y provocan la formación de nuevas sociedades en general, cuando una nueva tecnología adquiere importancia en la cultura de alguna localidad se comienza a transformar de forma particular, considerando los elementos esenciales que alguna vez la definieron. En este sentido, la sociedad se vuelve producto del cambio tecnológico.⁴

Por lo anterior el producto radiofónico actual y del futuro deberá, trabajar sobre dos modelos de comunicación: uno direccional, tradicional y local, a través de transmisión de sonido por el aire; el segundo bidireccional, dialógico, alternativo y global por medio de los servicios interactivos. En este último modelo la creatividad jugará un papel muy importante para que el sonido se conjugue con video, fotografías, tablas, dibujos, textos y datos buscando un lenguaje propio pero sin perder su esencia: la voz y la música.

Otro reto consiste en articular los mensajes para los distintos públicos se tendrá que pensar, en un lenguaje local o universal.

Sin duda es y será un dilema de la globalización de los grupos radiofónicos tendrán que enfrentar y dar una solución definitiva; Pero todo parece indicar que la radio seguirá subsistiendo por muchos años, como instrumento tecnológico, independiente, debido a las diferencias sociales que impiden el acceso equitativo a los medios y las tecnologías; también de penderá de los ritmos que marque la propia sociedad.

³ Chávez, E. Eda. Los nuevos parámetros de la información global. Pág. 46. Revista Mexicana de Comunicación N° 65. Año 13, Sep / Oct 2000.

⁴ Islas, Octavio; Gutiérrez, Fernando. México al reto tecnológico. Pág. 24 Revista Mexicana de Comunicación N° 69. Mayo / Junio de 2000 México.

Entendiéndose que la actividad radiofónica se ha convertido sin lugar a dudas, en uno de los principales medios de comunicación social con los que se cuenta para informar, formar, concienciar, orientar a la opinión pública acerca de los asuntos que gravitan en el interés regional, nacional e internacional. Por ende, tengo claro, que las funciones de la radio son: divertir, informar, educar y orientar.

Aguascalientes tendrá un importante papel en la región. Ese importante papel no viene sólo de su oferta y demanda económica, más aún viene de su oferta educativa y de su crecimiento urbano. El plan del 1998-2004 señala una ruptura tajante con los mecanismos "Neoliberales" y centralistas que llevaron al país al caos en anteriores sexenios.

Se menciona por ejemplo, que la política de inversiones en el ámbito federal deprimió la economía local, pues privilegió la inversión extranjera en detrimento de la industria textil local y otras industrias autóctonas. La llegada al poder local y federal de otro régimen político, y la posibilidad de girar en otro sentido la rueda de la historia aguascalentense dan al aspecto cultural y educativo una renovada importancia.

En el plan de gobierno anteriormente señalado, se hace mención al empuje que se le dará a la educación básica, media superior y superior como forma de "desarrollo humano integral".

Es de llamar la atención que las políticas de Comunicación social se hallan insertas en el rubro de "Desarrollo Político" (cuyos temas son participación ciudadana, democracia etc.). Para el nuevo gobierno de Aguascalientes, encabezado por Felipe González González, se trata de "reconectar" los cables entre Estado y Sociedad esgrimiendo como estrategia fundamental el uso no manipulado de los medios de comunicación así como:

- a) "Promover la formación de mecanismos de vigilancia y evaluación para el cumplimiento de los principios que regirán la información emitida por el gobierno"
- b) "Estudiar y analizar la información generada por el Gobierno del Estado hacia los medios de comunicación, para vigilar que ésta se sujete a la realidad.
- c) "Definir, Aplicar y Evaluar estrategias de comunicación social, conformándose un plan maestro de difusión de los proyectos, planes, acciones y resultados de las Dependencias del Gobierno del Estado.

d) "Procurar mejores mecanismos de atención ciudadana para la obtención de los servicios que presta la administración pública estatal, así como para informar y orientar al público acerca de los mismos."⁵

El auge a la calidad en la comunicación no fue un asunto sólo de política de gobierno. También fue de las organizaciones educativas de Nivel Superior. Así, en 1999 en el *Programa Nacional de extensión de la cultura y los servicios (aprobado por la XXX Sesión Ordinaria de la Asamblea General de la ANUIES)* el grupo de Universidades que conforma la ANUIES establece un **Subprograma Nacional para el mejoramiento de Radiodifusoras y Productoras**. Tal subprograma fue abanderado por la XEUN, Radio Universidad Nacional. Esta radio planteó un esquema de objetivos que en poco tiempo se convirtió en modelo a seguir por las radios Universitarias del país. Los objetivos de la XEUN eran los siguientes:

- 1.- Difusión de la cultura
- 2.- Extensión de la docencia
- 3.- Información a los miembros de la comunidad y a la sociedad
- 4.- Promoción de las actividades y resultados del quehacer universitario
- 5.- Análisis de la problemática social, económica y política
- 6.- Divulgación científica y de los avances tecnológicos.

Nunca será suficiente recalcar que las radios de las Instituciones de educación superior cubren un papel muy importante en la divulgación de la ciencia y la tecnología. Asimismo, "son un medio importante para el desarrollo de las acciones y el cumplimiento de los objetivos y estrategias que en materia de difusión cultural, han definido las Instituciones de Educación Superior en el **Programa Nacional de Extensión de la Cultura y los Servicios**.

La Radio de la educación superior pudiera considerarse únicamente en la Instituciones de Educación Superior (IES) que cuentan con radiodifusoras; sin embargo, de acuerdo con la información del "Diagnóstico Institucional 1999" de esta área, existen alrededor de 23 IES que producen programas radiofónicos que son transmitidos por emisoras estatales de los gobiernos de las entidades o particulares, mismas que sumadas a las 29 radioemisoras se han constituido en el Sistema Nacional de Productoras y Radiodifusoras de las Instituciones de Educación Superior (SINPRIES)"⁶

⁵ Plataforma Política de Gobierno de Felipe González González 1998-2004 pág. 29).

⁶ (Programa Nacional de Extensión de la cultura y los servicios, Asamblea General del 12 y 13 de Noviembre de 1999 ANUIES pág.42).

Me parece interesante señalar también los resultados a los que arribó la ANUIES, en la Asamblea ya citada, con referencia a las IES que producen programas radiofónicos. Se señala como **características** comunes las siguientes:

- Existe un propósito explícito de contribuir al desarrollo sociocultural y educativo del entorno.
- Se reconoce a la Radio como el medio con más amplitud y diversidad de público.
- Se reconoce que por las radio universitarias se coadyuva a la comunicación entre las IES y la sociedad, difundiendo de manera amplia el quehacer de la Universidad y sus resultados.
- Se contribuye a la educación integral de los estudiantes y de la comunidad de las IES.
- Fortalece, en la sociedad el conocimiento en sus diferentes campos.
- Propicia el intercambio intra e interinstitucional a través de la producción y emisión de programas relativos a la docencia, investigación y extensión de la cultura y los servicios.
- Investiga, promueve y difunde la cultura local, regional, nacional y universal.

Sin embargo, la ANUIES también señala un conjunto de "inconvenientes" que dificultan el adecuado desempeño e impacto tanto a la sociedad en general como al interior de las propias instituciones. Tales inconvenientes se refieren a:

- La insuficiencia de los mecanismos y procedimientos de planeación de las radiodifusoras y productoras de las IES.
- La necesidad de ampliar las oportunidades de capacitación y actualización pertinente del personal dedicado a estas tareas.
- La escasa colaboración e intercambio entre las IES.
- La necesidad de extensión del impacto de la difusión radiofónica mediante el acceso a los tiempos oficiales y el establecimiento de convenios con otras radiodifusoras.
- La posibilidad de elaborar propuestas que, previo análisis de la Ley de Radio y Televisión, conduzcan al mejoramiento de la Radio de las IES para facilitar la obtención de fondos por patrocinios, venta de servicios y otros.
- El mejoramiento de la Infraestructura y la incorporación de nuevas tecnologías.

- La escasa participación de profesores y estudiantes para la realización de programas radiofónicos educativos.
- La necesidad de establecer mecanismos para la evaluación de los programas y el conocimiento del impacto en la audiencia.⁷

En el panorama ya descrito líneas arriba, y en el entendido de que la Radio Universidad Autónoma de Aguascalientes comparte las mismas características y problemáticas de las radiodifusoras de las IES, señalo a continuación los factores que permiten ver las perspectivas de una radiodifusión universitaria de más calidad en Aguascalientes y en la provincia mexicana.

Los principales fenómenos educativos, demográficos, económicos y políticos actuales en el país imprimen un sello característico a la provincia mexicana. Pasemos revista a cada uno de estos factores para explicar cómo influye en la provincia y con ello en la Radiodifusión en los Estados.

En lo **Educativo** se está dando un auge a lo universitario sea del nivel bachillerato, licenciatura o posgrado. Las Universidades se van expandiendo y en consecuencia, también los servicios conexos que brindan.

En este rubro, se empieza a dar un "boom" de universidades privadas que, como tales, requieren de hacer una combinación de programaciones culturales a la vez que comerciales. ¿O es que necesariamente lo comercial está divorciado de lo cultural?

Radios universitarias con la tendencia anteriormente señalada las encontramos por ejemplo en el Norte del País: Monterrey, Sonora, Chihuahua, Baja California etc.

Un fenómeno adyacente a lo educativo es el uso de nuevas tecnologías para la enseñanza. Particularmente se habla del uso de los medios de comunicación para la docencia y la investigación. El internet, las videoconferencias, la televisión vía satélite etc. vienen a abatir las distancias y a ofrecer en provincia la posibilidad del acceso a conocimientos que se creía privativos de las grandes urbes.

⁷ Op. Cit. Pág. 43

Así, la globalización de la que se habla actualmente tiene un referente explícito en la introducción de nuevas tecnologías para integrar lo local a lo regional o nacional (permitiendo la educación a distancia).

Dado que se van abriendo universidades, se promueve la educación a distancia y las nuevas tecnologías tienden a estandarizar la información y la música, consideramos que la Radiodifusión en la provincia cobrará auge, si bien es cierto con el esquema de una diversidad de "centros".

En lo **Demográfico** se está modificando la pirámide poblacional. A partir del año 2000, el predominio de la población joven impone al país retos en todos los órdenes. Fundamentalmente, estamos hablando de retos en los rubros de la oferta educativa y en la oferta de empleo. Sin embargo, los retos se transfieren a la vivienda y los servicios de salud; es decir, a la urbanización. La cada vez más contraída tasa de natalidad implica que las fuentes de empleo se pueden distribuir mejor entre la población, pero también implica que a la larga haya problemas de reproducción de fuerza de trabajo.

Un problema conexas a lo demográfico es el envejecimiento de la población. El envejecimiento de la población implica que existan los suficientes excedentes como para sostener a un volumen poblacional que ya no está en condiciones de trabajar o que los empleadores ya no fijan en ellos sus esperanzas.

Importa preguntarse: ¿Cómo afecta a la provincia el incremento de la población joven, la reducción del número de hijos o el envejecimiento de la población?

Aunque las respuestas específicas a estas preguntas son materia de una tesis de demografía, si podemos avanzar en el señalamiento de que la provincia tiene condiciones desventajosas para afrontar los anteriores problemas

De igual manera, se han venido modificando los flujos migratorios. Más aún con la situación política mundial y la guerra de los Estados Unidos con Afganistán. Todo ello pone a las entidades mexicanas en una situación difícil para atender a su población interna.

El incremento de la población joven y, su contraparte, el envejecimiento de la población imponen cuestionamientos a la creatividad en las radiodifusoras. Ello es así en la consideración de que deben atender un número mayor y más diverso de sectores poblacionales.

En lo **Económico**, la ola de globalización que ha inundado al país desde inicios de los noventa representa algunas oportunidades pero sobre todo inmensos retos. Es bien cierto que la principal representante de la globalización actual son las nuevas tecnologías.

"Se entiende aquí por nueva tecnología toda aquella herramienta de información y comunicación que resulta novedosa en su momento, y que viene a representar un cambio económico y cultural en la sociedad de la época. Partimos de la base, de que la introducción de nuevas tecnologías de información y comunicación a través de la historia, se ha asociado siempre a importantes transformaciones estructurales de los sistemas socioeconómicos, políticos y culturales correspondientes.⁸

Como lo señala en su mismo artículo Casas Pérez, las nuevas tecnologías nos vincularán pero también nos quitarán la identidad propia a las regiones y los países. En este sentido las radios comunitarias y las Universitarias tienen el papel fundamental de rescatar esas identidades amenazadas por las nuevas tecnologías de información y comunicación.

Al respecto, basta señalar que se empiezan a dar algunas teorizaciones acerca de la "Economía digital" la cual acerca a una nueva era en el desarrollo capitalista. Tal teoría parte del fenómeno del Comercio Electrónico y las variadísimas aplicaciones económicas del Internet.

Esta nueva tendencia hacia el Comercio Electrónico, el CyberMarketing* y sus variantes podrían impactar favorablemente a las radios Universitarias pues, si bien es cierto nunca han competido con las Radios comerciales, ahora mucho menos competirán ya que la publicidad se manejará en otros espacios.

Finalmente, en lo **Político**, la apertura democrática del pasado 2 de julio del 2000 trajo una manera distinta de enfocar los problemas principales del país. No solo se trató de la caída de una élite política: se trató del ascenso de un nuevo grupo de poder.

⁸ Innis, Harold *Communication and Empire*, Oxford 1950 incluido en el Artículo de María de la Luz Casas Pérez "Desarrollo de las Nuevas tecnologías de información en México" Anuario de Investigación de la Comunicación tomo VII, CONEICC México 2001)

* CyberMarketing: Trabajo de promoción y/o venta de productos, servicios o ideas a través de la red. Encarta, Internet.

Esto además llevó a los medios de comunicación a ser más autónomos respecto de afiliarse o criticar al régimen; pero también les cargó la responsabilidad (pocas veces llevada dignamente) de ser un verdadero cuarto poder.

La caída del "viejo régimen" político abre a su vez, la coyuntura para que se fortalezcan grupos políticos en los Estados, para que se amplíe la libertad de expresión y para que se pueda romper con la manipulación de medios.

Ante esta coyuntura de apertura Estatal y Nacional importa considerar la VISIÓN que se plantearon la Radiodifusoras de IES congregadas en la ANUIES en 1999.

♦ "En el año 2020, la radio de la educación superior se habrá actualizado, difundiendo y divulgando la ciencia, la tecnología, las humanidades y las artes y usando las más modernas tecnologías".

♦ "Cada una de las Radios y Productoras de las IES contarán con mecanismos de planeación que mejoren la calidad y cantidad de sus programas".

♦ " A través de la colaboración con asociaciones como la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), se han mejorado los programas de formación, capacitación y actualización de los trabajadores de la Radio de las IES."

♦ "Se habrá fortalecido el intercambio y la colaboración interinstitucional, las IES a su vez habrán fortalecido al SINPRIES a través de las redes estatales y regionales.

♦ "Las IES contarán con espacios de difusión en las radios oficiales y comerciales."

♦ "Se contará con una nueva Ley Federal de Radio y Televisión, que permita a las radiodifusoras contar con los patrocinios y estrategias de venta que les favorezcan en cuanto a sus alternativas de financiamiento".

♦ "Para obtener ingresos y apoyar el mejoramiento de su infraestructura, las IES habrán realizado convenios de colaboración y habrán realizado servicios para radio oficiales y comerciales".

♦ "El personal académico y los estudiantes de las IES participarán estratégicamente en la producción de programas para apoyar la difusión del quehacer de las Educación Superior "

♦ " Se han diversificado los programas radiofónicos con una visión local, regional, nacional e internacional para beneficio principalmente de la comunidad de las IES y de su entorno."

Es de comentar que la comunicación regional e internacional no siempre es tomada en cuenta, por lo que los medios de comunicación son relegados, ya que la información se genera en la capital del país, esto genera un centralismo que no permite a los medios de comunicación de los estados, tengan presencia importante, sólo cuando se da un evento de relevancia.

En otras palabras: la radio se alimenta y nutre de la cultura y el nivel de la sociedad mexicana se refleja en los medios de comunicación, al ser un factor determinante en la transmisión de información que se genera, también se debe recordar que fue precisamente en las estaciones de Radio UNAM y Radio Educación donde surgieron los primeros programas de debate político, social, análisis y crítica que hoy en día se practica en la radio concesionada; de aquí que la contribución de la radio cultural en la búsqueda de la vanguardia en la sociedad.

Debido a los convenios entre las emisoras universitarias del país y del extranjero para intercambiar programas los cuales son transmitidos en los diferentes países interesados, se ha podido entablar un acercamiento con esas emisoras, para así poder conocer costumbres y tradiciones de otras regiones e incluso, sean grabaciones las cuales han ganado premios en el aspecto cultural.

Esta es la proyección a futuro de lo que se espera de una Radio Universitaria, visión que en su momento compartió la Radio UAA.

Con el propósito de ser un medio de comunicación diferente a las emisoras comerciales, surgió Radio UAA, con el fin de ser un vínculo entre la comunidad universitaria y la sociedad en general, transmisora de la cultura, que junto con la investigación, la docencia, son parte esencial de la estructura de la propia Universidad.

A través de la información que se proporciona en este trabajo, hemos conocido el origen y desarrollo que ha tenido la emisora universitaria. En particular, del nivel que se ha alcanzó y se quiere alcanzar con su participación como medio de comunicación diferente a los comerciales, al rebasar los objetivos trazados al inicio de su fundación y de los cambios que ha tenido, al ser un triunfo para la propia emisora.

Aunque no se tienen datos exactos de la audiencia que tiene Radio UAA, Dávila Rodríguez mencionó, que tiene conocimiento de que es un auditorio fiel quizás no como los de la radio comercial, pero que incluye a todo tipo de gente. Además pretende ser un medio ingenioso el cual no pierda su estilo y contenido de sus programas, que sea capaz de concienciar y hacer partícipe a los radioescuchas en todo lo que concierne a su comunidad.

El presente trabajo pretende aportar información para quienes se interesen en conocer una pequeña parte de lo que conforma a la industria de la radiodifusión en Aguascalientes, en particular de Radio UAA. También que sirva como base para iniciar una investigación que permita, si es el caso, reorientar aquellas políticas que no vayan de acuerdo con los propósitos que deben plantearse en una radiodifusora de carácter universitario como es Radio UAA.

Estas son algunas de mis reflexiones a manera de proposición para la radiodifusora, para mejorar la misma, además de las dos propuestas de programas.

- Revisar las políticas culturales empleadas en el Estado y la Universidad y desechar las que estén obsoletas u obstruyan la labor de la emisora.
- Incrementar la señal para que se escuche mejor
- Solucionar los problemas técnicos que no dejan tener una buena recepción de la señal.
- Espacios informativos más frescos.
- Que se cubran los eventos de relevancia y se informe en el momento

- Se de una apertura mayor al auditorio
- Los espacios musicales sean más variados
- Que se de una mayor capacitación a todo el personal.
- Producir programas en vivo lo más posible.

Lo anterior, con el fin de progresar en cuanto a la penetración y posicionamiento* de la emisora universitaria, que se pretende alcanzar ya que es parte importante del desarrollo cultural de la región, también buscando ser complementaria de la gran influencia que tiene la radio comercial y de los otros medios electrónicos y las nuevas tecnologías.

La Radio Universitaria tiene futuro en la Provincia, pero sólo a condición de que, como se decía en párrafos precedentes, se rompan los viejos esquemas del centralismo o los nuevos centralismos creados por intereses de poder. Será un proceso largo, lo sabemos, pero las coyunturas de democracia política, la globalización económica y las nuevas tecnologías pueden ayudar a que Estados como Aguascalientes se beneficien con este nuevo panorama.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

* Posicionamiento: Término acuñado por el creativo Al Ries para designar el grado en que un producto o servicio ocupa un lugar en la mente del consumidor. Supone la exposición selectiva de un número indeterminado de mensajes de comunicación masiva, destinados a un nicho definido dentro de un segmento particular de mercado, con Características intergrupales relativamente semejantes en una determinada sociedad. Surge de la comprensión de que siendo la actual una sociedad super comunicada se hace indispensable desarrollar mensajes de manera simplificada, aprovechando revivular las conexiones que ya se encuentran en la mente. Figueroa, Bermúdez, Romeo Antonio. Como hacer publicidad, Un enfoque teórico-práctico. Pág. 87-88, ídem.

BIBLIOGRAFÍA

Acosta, Rogerio. La radio concesionada. UAA. Aguascalientes, Ags. 1996. Tesis. Pág. 80

Alonso, José Antonio. Metodología. México Editorial Limusa, Noriega editores. 1998.

Alva de la Selva Rosa. XEUN: El sonido de la radio universitaria Gaceta UNAM 50 Aniversario de Radio UNAM. México 11/jun/1987 Vol. 3 año 33.

Arredondo, Pablo. Aceves, Francisco de Jesús, y Luna, Carlos
Compiladores Radiodifusión regional en México, México Universidad de Guadalajara, 1991.

Baena, Guillermina. Dra. Tesis en 30 Días. México.1990. Ed. Mexicanos Unidos.

Baena, Guillermina. Dra. Instrumentos de Investigación. 1986. Ed. Mexicanos Unidos

Barba, Bonifacio. "Educación Superior en Aguascalientes la Universidad Bonaterra". Perfiles Educativos. México. N° 73. 1996

Barba, Bonifacio. "Tecnológicos y Universidades en Aguascalientes. Reforma reciente de la Educación Superior en México". Aguascalientes. Ags. Ed. ANUIES. 1998.

Bourdieu, Pierre y otros. "El Oficio del Sociólogo". México, Ed. Siglo XXI, 1975.

Castañeda, Yáñez, Margarita. "Los medios de comunicación y la tecnología educativa". México D.F. Ed. Trillas. 1984.

Castillo, Ochoa, Emilia. Tapia, Fonllem, Manuel. "La formación de los comunicadores ante los nuevos retos". Perfiles Educativos. México. N° 75. 1997

Correo universitario. pp. 24-25 núm. 44, noviembre 1991.
"Radio Universidad, una de los mejores emisoras culturales en el país".

- De Fleur M. L. Y Ball-Rockeach S.J. (1989) Teorías de la Comunicación de Masas Ed. Paidós México.
- Didou Aupetit, Sylvie. "Sistema de educación superior e identidad cultural ante la globalización". Perfiles Educativos. vol. XIX, núm. 1. abril septiembre 1997.
- Efemérides. Guglielmo Marconi: pionero de la comunicación global. Texto basado en el vídeo sobre Guglielmo Marconi, del Instituto Italiano di Cultura, México, 1995. Revista El Universo de la Radio vol. 1 N° 1, 1996.
- Escudero, Yarena, Ma. Teresa. "La Comunicación en la enseñanza". México. Ed. Trillas. 1982.
- Esteinou, Madrid, Javier. "La Comunicación y la Cultura Nacionales en los Tiempos del Libre Comercio". México Ed. Fundación Manuel Buendía. 1993
- Evaluación. Universidad Autónoma de Aguascalientes UAA. Aguascalientes. 1996.
- Fernández Christlieb, Fátima. "Los medios de difusión masiva en México". México. Editor Juan Pablos. 1982.
- Fernández Christlieb, Fátima La Radio Mexicana. Centro y Regiones. México. Ed. Juan Pablos Editor. 1991.
- Flores de Gortari, Sergio. "Hacia una Comunicación Administrativa Integral". Ed. Trillas. México. 1987
- Gálvez, Felipe. "Radio cultural: en el cuadrante de la soledad. universitaria" Gaceta UNAM 50 Aniversario de Radio UNAM. México 11/jun/1987 vol. 3 año 33
- García, Navarro, Jorge. "Medios Masivos de Comunicación en el año 2001" ponencia presentada para el Plan de Desarrollo de la Universidad Autónoma de Aguascalientes 1993-2000. Aguascalientes. Ags. 1992
- Golding Peter (1981) "Profesionalismo de los medios de comunicación en el tercer mundo: la transmisión de una ideología" en James Curran, Michael Gurvitch y Janet Wollacot (eds.) Sociedad y Comunicación de masas FCE, México

González Cuéllar, Efrén, Memorias. Aguascalientes. Ags. UAA. 1988.

González Cuéllar, Efrén, IV Informe de labores. Aguascalientes. Ags. UAA. 1988

Granados Roldán, Otto, V Informe de Gobierno Aguascalientes, Ags. gobierno del estado 1997.

Gutiérrez, Pantoja, Gabriel. "Metodología de las Ciencias Sociales" México, Editorial Harla, ", dos volúmenes, 1986.

Gutiérrez, Adolfo. "Apuntes para una historia de Radio Universidad". Revista Mexicana de Comunicación México. núm. 51, oct-dic. 1997.

Heinz-Werner Poelchan. "Nuevas Tecnologías de la Información: La Cooperación Internacional vista desde Alemania". Perspectivas, México. vol., XVIII núm. 3, 1997.

Jardón, Raúl. "Leyes para la Libertad". Revista Mexicana de Comunicación N° 37. Octubre Nov. 1994. secretario general de la Delegación sindical de Radio Educación.

Klapper, Joseph (1975) "los efectos sociales de la comunicación de masas" En Wilbur Schramm (comp..) La ciencia de la comunicación humana Ed. Roble México

Krauss, Sydney y Dennis Davis (1991) Comunicación masiva: sus efectos en el comportamiento masivo, Trillas, México

Litvak King, Jaime. Antropología de la Radio en México. Revista Mexicana de Comunicación. México. Investigador del Instituto de Investigaciones Antropológicas. núm. 42. año. 1994

López, Rafael. "Una nueva voz de siglos en el cuadrante". Gaceta UNAM 50 Aniversario de Radio UNAM. México 11/jun/1987. vol. 3 año 33

Lozano Rendón, José Carlos (1996) Teoría e investigación de la comunicación de masas ed. Alhambra Mexicana, México

Martín -Caro Sánchez, Miguel Angel. (2000) La Radio del silo XXI: un servicio Público en la Economía Global Ed. Fragua Madrid España

Marqués de Melo, José (1987) "Teoría e investigación de la comunicación en América Latina: balance preliminar de los últimos 25 años" en Estudios sobre las culturas contemporáneas, vol. 1 #2

Material de la propia estación. De la emisora estatal a la gran radiodifusora cultural. Su gestación (1924-1968). Radio Educación: la otra opción. Citado en XEEP, Una emisora con historia.

McLuhan, Understanding Media. The New American Library. Nueva York, N.Y. , 1964, citado por Op. Cit Flores de Gortari, Sergio. "Hacia una Comunicación Administrativa Integral". Ed. Trillas. México. 1987

Mcquail, Denis y Sven Windhal (1983) Introducción a la teoría de la comunicación de masas, ed. Paidós Comunicación, Barcelona

Mejía, Barquera, Fernando. Ecos de los medios en 1993 Revista Mexicana de Comunicación México. N° 33. ENE-MAR 1994.

Montaner, Pedro. Yano, Rafael. ¿Cómo nos comunicamos? Del gesto a la telemática. México Biblioteca de Recursos Didácticos Alhambra. Ed. Longman. Primera reimpresión 1996.

Moreno, López, Salvador. La Educación Centrada en la Persona. México Ed. El Manual Moderno 1983. Segunda Edición.

Moragas, Miquel de (1981) Teorías de la Comunicación ed. Gustavo Gili, Barcelona, España

Muñoz, José Javier; Gil, César. La Radio Teoría y práctica. Instituto oficial de Radio y televisión española (IOORTV). España. Manuales profesionales 1994. 2da. Edición.

Orozco Gómez, Guillermo. La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa. Universidad Nacional de la Plata. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Instituto Mexicano para el desarrollo Comunitario, A. C. México 1997.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Orozco Gómez, Guillermo. "La Autonomía Relativa de la audiencia. Implicaciones Metodológicas para el análisis de la recepción". En Sánchez y Cervantes (Coordinadores). Investigar la comunicación. México

Ortiz Garza, José Luis. Una Radio entre dos Reinos. México, Ed. Javier Vergara, 1997.

Prieto Daniel (1984) "Sobre la teoría y el teoricismo en comunicación" en Fátima Fernández y Margarita Yepes (comp.) Comunicación y Teoría Social, UNAM, México.

Prieto, Francisco. Ensayos. Radio y Cultura. Revista El Universo de la Radio México. Primavera 1996. núm. 1

Primera Reunión Internacional de Radiodifusoras Culturales y Universitarias (RIRUCE). México. UNAM 1982

Rojas, Soriano, Raúl. Métodos para la investigación social, México, 1983. Plaza y Valdés, séptima edición.

Ronquillo, Víctor. "Algo más que música", Radiodifusión Cultural. Crónica. Revista Memoria de Papel. México núm. 12 año 4 Diciembre, 1994

Sánchez Ruíz, Enrique (1992) Medios de difusión y Sociedad: notas críticas y metodológicas CEIC- Universidad de Guadalajara

Shoemaker, Pamela y Stephen D. Reese (1991) La mediatización del Mensaje ed. Diana, México

Sola Pool, Ithiel de. Tecnología sin fronteras. México. F.C.E. 1993

Sosa Martínez, José. Método Científico. Sistemas técnicos de edición. México. UNAM, IPN. 1990

Sosa Plata, Gabriel. Nuevas Tecnologías en Radio: Pasado, Presente y Futuro. México Ponencia 12/10/1995.

Swingewood, Alan. El mito de la cultura de masas. La red de Jonás, editorial Premia. 1979

Uribe, O. Hernán. La ética periodística. México UNAM

Vitora, Pilar. Producción radiofónica. Pág. 124 Ed. Trillas. 1998

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

HEMEROGRAFIA

El Heraldo de Aguascalientes. "Hoy será inaugurada la Estación Radio cultural, de la Universidad".

Pág. 1 Sec. 2ª Enero 13 de 1977.

El Heraldo de Aguascalientes. "Inició de labores la XEUAA Radio Universidad". El Heraldo de Aguascalientes. Pág. 1, Sec. 3ª, Diciembre 15 de 1977.

El Heraldo de Aguascalientes. "Seguirá Apoyando la Cultura Radio Universidad". El Heraldo de Aguascalientes. Pág. 7 Sec. 2ª. Noviembre 5 de 1991.

El Sol del Centro. "Transmisión de noticiarios en Radio de la UAA". Pág. 3 Sec. A. Abril 6 de 1980.

El Sol del Centro. "Faltan críticos en las estaciones de Radio Culturales". Pág. 1. Sec. A. Enero 10 de 1985. Jaime Arteaga Novoa entrevista a entonces director Lic. Sergio Rodríguez Prieto.

"Convenio de Radio UAA con el IMER". El Sol del Centro. Pág. 1 Sec. A, Marzo 2 de 1986.

El Sol del Centro. La falta de recursos económicos a la UAA para apoyar a Radio Universidad. Pág. 1 Sec. A Nov. De 1987.

El Sol del Centro. "Enésima gestión sobre la antena de Radio UAA" Pág. 7 Sec. A, julio 6 de 1989.

Hidrocalído. "Radio Universidad, eje en la Difusión de Docencia" José Dávila, Nuevo Director, por designación del Rector González. Pág. 2 Sec. A, julio 28 de 1987.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

114A

ANEXOS

ANEXO I

Esquema de radiodifusión de México

AGUASCALIENTES	12	2	4	2	5	1	0	21	5	26
BAJA CALIFORNIA	31	2	29	5	23	4	0	83	11	94
BAJA CALIFORNIA SUR	10	2	9	0	18	1	0	37	3	40
CAMPECHE	9	5	2	0	10	1	0	21	6	27
COAHUILA	46	2	27	4	31	3	0	104	9	113
COLIMA	10	1	5	0	11	1	0	26	2	28
CHIAPAS	27	9	7	4	26	12	1	61	25	86
CHIHUAHUA	52	2	25	2	32	9	0	109	13	122
DISTRITO FEDERAL	31	2	22	5	8	1	3	64	8	72
DURANGO	9	1	2	1	12	0	0	23	2	25
GUANAJUATO	36	2	14	3	7	5	0	57	10	67
GUERRERO	24	6	11	1	20	2	0	55	9	64
HIDALGO	6	7	4	3	4	11	0	14	21	35
JALISCO	47	2	26	5	17	6	1	91	13	104
EDO. DE MEXICO	6	5	8	0	8	7	0	22	12	34
MICHOACAN	36	4	6	0	22	7	0	64	11	75
MORELOS	4	1	14	3	3	3	0	21	7	28
NAYARIT	14	2	2	0	8	1	0	24	3	27
NUEVO LEON	28	1	23	11	9	3	1	61	15	76
OAXACA	22	12	5	4	23	8	0	60	24	74
PUEBLA	21	1	14	2	6	2	1	42	5	47
QUERETARO	9	2	7	1	5	0	0	21	3	24
QUINTANA ROO	9	5	3	1	12	6	0	24	12	36
SAN LUIS POTOSI	19	2	8	1	16	5	0	43	6	51
SINALOA	35	2	10	2	16	0	0	61	4	65
SONORA	52	2	27	15	30	53	0	109	70	179
TABASCO	15	2	7	2	13	0	1	36	4	40
TAMAILIPAS	47	3	28	16	35	1	0	110	20	130
TLAXCALA	2	0	2	1	0	5	0	4	6	10
VERACRUZ	62	3	23	0	16	5	1	102	8	110
YUCATAN	15	2	6	6	9	3	0	30	11	41
ZACATECAS	12	0	4	1	13	3	0	29	4	33
TOTAL	758	94	384	101	468	169	9	1619	364	1983

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Nota: No se consideran emisoras en proceso de instalación

FUENTE: Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión
Centro de Investigación e Información
Cuadro de estaciones radiodifusoras por entidad federativa.

ANEXO II

ESQUEMA DE RADIODIFUSORAS UNIVERSITARIAS

XEUAA RADIO UNIVRSIDAD AUTÓNOMA DE AGUASCALIENTES. 1370 Khz. AM 5000 W	XEUDO RADIO UNIVERSIDADDE OCCIDENTE 820 Khz. AM 1000 W
XESAL RADIO UNIVERSIDAD ANTONIO NARRO 1220 Khz. AM 2500 W	XHBUP RADIO UNIVERISDAD DE PUEBLA 96.9 Mhz. FM 1500 W
XHBA RADIO UNIVERSIDAD DE BAJA CALIFORNIA 104.1 Mhz. FM 10000 W	XHAQ RADIO UNIVERSIDAD DE QUERETARO 580 Khz. AM 1500 W XHUAQ 89.5 Mhz. FM 1500 W
XECUA RADIO UNIVERSIDAD DE CHAPINGO 1610 Khz. AM 30 W	XEXQ RADIO UNIVERSIDAD DE SAN LUIS POTOSI 1460 Khz. AM 5000 W XFUSP 88.5 Mhz. FM 5000 W XEXQOC 6.045 Mhz. FM 10000 W
XERU RADIO UNIVERSIDAD DE CHIHUAHUA 1310 Khz. AM 1000 W	XEUAS RADIO UNIVERSIDAD DE SINALOA 1150 Khz. AM 10000 W XEUAS 96.1 Mhz FM 10000 W
XEHD RADIO UNIVERSIDAD DE DURANGO 1270 Khz. AM 2500 W	XEUS RADIO UNIVERSIDAD DE SONORA 850 Khz. AM 1000 W
XHUG RADIO UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA 104.3 Mhz FM 10000 W	XHUNI RADIO UNIVERSIDAD DE TAMAULIPAS 102.5 Mhz FM 10000 W 10000 W NUEVO LAREDO XHMLR 104.9 Mhz FM 50 W REYNOSA XHRYN 90.5 Mhz FM 50 W MATAMOROS XHMAO 90.9 Mhz FM 50 W MANTE XHMTM 92.3 Mhz FM 50 W TAMPICO XHTIO 105.5 Mhz FM 50 W
XEUG RADIO UNIVERSIDAD DE GUANAJUATO 970 Khz. AM 1000 W	XEITC RADIO TECNOLÓGICO DE CELAYA 1210 Khz. AM 1000 W
XEUAG RADIO UNIVERSIDAD DE GUERRERO 840 Khz. AM 1000 W	XHITD RADIO TECNOLÓGICO DE DURANGO 92.1 Khz. AM 500 W
XHUIA RADIO UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA 90.9 Mhz FM 100 W	XHITT RADIO TECNOLÓGICO DE Tijuana 88.7 Mhz FM 1000 W
XHUPC EL POLITECNICO EN RADIO 95.7 Mhz FM 1500 W	XEUN RADIO UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NEXICO 96.1 Mhz FM 50000 W XEUN 860 Khz. AM 50000 W XEYU 9600 Khz. OC 50000 W
XESV RADIO UNIVERSIDAD NICOLAITA 1370 Khz. AM 1000 W	XERUV RADIO UNVIERSIDAD VERACRUZANA 1550 Khz. AM 10000 W
XHUDM RADIO UNIVERSIDAD DE MONTERREY 90.5 Mhz FM 1000 W	XERUY RADIO UNIVERSIDAD DE YUCATAN 103.9 Mhz FM 10000 W
XEUBJ RADIO UNIVERSIDAD DE OAXACA 1400 Khz. AM 1000 W	RADIO UNVIERSIDAD DE HIDALGO (EN TRAMITE)

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Fuente: Programa nacional de extensión de la cultura y los servicios aprobado por la XXX sesión ordinaria de la Asamblea General de la ANUIES 12 y 13 de noviembre de 1999, Veracruz, Jalapa, Ver. Radiodifusoras de las Instituciones de Educación Superior.

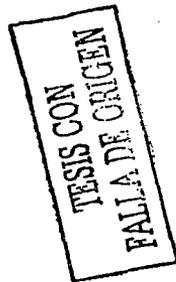
ANEXO III CRONOLOGÍA DE RADIO UNAM 1937-1997

1937	El 14 de Junio se crea la Dirección de Difusión Cultural de la UNAM. El rector Luis Chico Goerne inaugura las instalaciones de Radio Universidad Nacional, ubicadas en Justo Sierra 16. Su primer director es el licenciado Alejandro Gamal Anas. En esa fecha se inician sus transmisiones con las siglas XEXX, frecuencia de 170 khz de Onda Media (AM), potencia de 5 mil watts y cuatro horas diarias de transmisión.
1939	Cambia sus siglas a XEUN, frecuencia 860 khz en Onda Media (AM). Se inician transmisiones en Onda Corta Potencia: 1000 watts. Siglas XEYU. Frecuencia: 9,600 khz, banda internacional de 31 metros. Hasta mayo de 1956, RADIO UNIVERSIDAD mantuvo su programación en horario de 16:00 a 23:00 horas, de lunes a sábado, de acuerdo con el calendario académico de la UNAM; sin transmisiones los domingos, días festivos y periodos vacacionales.
1956	Siendo director encargado el licenciado Pedro Rojas Rodríguez, de mayo a octubre, se suspenden las transmisiones para la reconstrucción de los equipos de AM y Onda Corta. Al término de este periodo, se inaugura la primera torre-antena de transmisión con 86 metros de altura que se pone en funcionamiento junto con el equipo reconstruido, ampliando la cobertura a buena parte de la república. Los horarios de transmisión se amplían de 13:00 a 23:00 horas, de lunes a sábados y los domingos de 10:00 a 22:00 horas, los 365 días del año. El material de la discoteca empieza a ser reemplazado por discos LP de 33 1/3 r.p.m.
1957	Los horarios de transmisión abarcan en ese año de las 13:00 a las 01:00 horas, de lunes a domingo. Se adquiere equipo de grabación profesional, mismo que sirve para la creación de la sección de grabaciones y empieza a formarse la FONOTECA DE RADIO UNAM con el programa. Una Antología Caprichosa, Poetas del siglo XX, producido por el Premio Nobel Octavio Paz y el poeta francés Pierre Comte.
1958	El 17 de Abril, se trasladan los estudios de RADIO UNIVERSIDAD NACIONAL de las calles de Justo Sierra 16 a sus nuevas instalaciones en el edificio de las Oficinas Técnicas en Ciudad Universitaria.
1959	El rector Nabor Carrillo inaugura, el 16 de Julio, el primer transmisor de frecuencia modulada que sale al aire con las siguientes características: Siglas: XEUN FM. Frecuencia: 96.1 MHZ. Potencia: 1000 watts. Cuya Ubicación está en la Torre de Rectoría en Ciudad Universitaria.
1963	Recibe la denominación de Servicios Coordinados de Radio, Televisión y Grabaciones, bajo la dependencia de la Dirección General de Difusión Cultural. De la Sección de Radio dependen las oficinas de programación, discoteca y fonoteca; la oficina de continuidad en los estudios de transmisión; oficinas técnicas, plantas transmisoras y, finalmente, una oficina administrativa encargada de todos los servicios. Se adquire el terreno para instalar la planta transmisora de onda larga en el Antiguo Rancho el Arcillo, en Icomán, D.F.
1964	A finales de ese año, el rector Ignacio Chávez pone en funcionamiento la planta de Ticomán con el nuevo equipo de AM de 45,000 watts de potencia de radiación diurna y 25,000 watts para la emisión nocturna. El director de RADIO UNIVERSIDAD es el Mtro. Max Aub. La nueva potencia permite tener un mayor alcance de la señal radiada y cubrir una amplia extensión del territorio nacional.
1974	El rector Guillermo Soberón inaugura el transmisor auxiliar de Amplitud Modulada para la planta de Ticomán, con una potencia de 10,000 watts.
1976	El 11 de octubre, el rector Guillermo Soberón, inaugura las nuevas instalaciones ubicadas en Adolfo Prieto #133, Col. del Valle, con oficinas administrativas, locales especiales para Fonoteca y Discoteca, cuatro estudios de grabación y el sistema de transmisión en Frecuencias Modulada estereofónica con 50,000 watts de potencia radiada aparente. Asimismo, se prevé, el desarrollo de servicios culturales a través de un auditorio y una audioteca abiertos al público.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1977	Se desarrolla la programación radiofónica de acuerdo con las nuevas posibilidades e instalaciones de la emisora. Se pone en funcionamiento la sala Julián Carrillo de Radio Universidad, con la posibilidad de realizar programas en vivo o grabaciones.
1986	El Departamento del Distrito Federal dona a la UNAM un terreno de 2,250 m2 ubicado en el Km. 4.5 de la carretera al Ajusco que servirá para la instalación de la antena y el transmisor de frecuencia modulada, para separar programaciones y para ampliar la cobertura de nuestra señal.
1992	El 14 de Junio, se inaugura en la planta del Ajusco un nuevo transmisor de FM con una potencia de 35,000 watts.
1994	El 14 de Junio, el rector José Sarukán y el director de RADIO UNAM, Eraclio Zepeda, inauguran el reequipamiento de la planta de Ticomán, con un nuevo transmisor de 50,000 watts, una antena de transmisión, un equipo de enlace y procesamiento de audio. En noviembre se reequipan los estudios de grabación y transmisión que dan más calidad de sonido a las transmisiones de RADIO UNAM.
1995	Se instala una nueva antena de transmisión en la planta del Ajusco que aumenta la cobertura de FM, y da la posibilidad de aumentar la potencia aparente radiada hasta 100,000 watts.
1996	Se instala una antena de recepción vía satélite, captando señales desde Francia, Inglaterra y Holanda.
1997	RADIO UNAM ingresa en sintonía al sistema electrónico de Internet.

1937 - 1938 Lic. Alejandro Gómez Arias
 1939 - 1944 Sr. Rafael López Malo
 1945 - 1953 Lic. Alejandro Quijano
 1954 - 1960 Dr. Pedro Rojas
 1960 - 1967 Sr. Max Aub
 1967 - 1970 Sr. Joaquín Gutiérrez Heras
 1970 - 1972 Sr. Raúl Cosío
 1972 Sr. Eduardo Lizalde
 1973 Sr. Armando Zayas (ene-sep)
 1973 - 1977 Dr. Fernando Curiel Defossé
 (oct. 1973 - ene. 1977)
 1977 - 1978 Dr. Abelardo Villegas (feb-feb)
 1978 - 1980 Dr. Fernando Curiel Defossé (feb-dic)
 1981 - 1982 Ing. Fernando Galindo (jun-mar)
 1982 - 1984 Lic. Miguel Carriedo S. (mar-dic)
 1985 - 1989 Lic. Beatriz Barros Horcasitas
 1989 - 1991 Mtro. Alberto Dallal Castillo
 1991 - 1993 Lic. Fernando Escalante Sobrino
 1993 - 1995 Mtro. Eraclio Zepeda
 1995 - 1998 Mtro. Felipe López Veneroni
 1998 - 2000 Lic. Malena Mijares
 2000 - Mtro. Francisco Prieto



ANEXO IV

ESQUEMA DE RADIODIFUSORES DE AGUASCALIENTES

SIGLAS	NOMBRE	CIUDAD	FRECUENCIA	CADA	TELEFONOS	MAIL
XEAC-AM	LA K-BUENA DE AGUASCALIENTES	AGUASCALIENTES	1400.0	01449	9151177 9152893	XEAC-AM@cirf.com.mx
XEAGA-AM	LA BONITA	AGUASCALIENTES	1200.0	01449	9182534 9183232	universal@infosol.net.mx
XEBI-AM	RADIO BI	AGUASCALIENTES	790.0	01440	9153360 9182900	XEBI-AM@cirf.com.mx
XECA-AM	AZUL Y PLATA	AGUASCALIENTES	950.0	01449	9183089 9150181	universal@infosol.net.mx
XEDC-AM	LA NUEVA 10-50	AGUASCALIENTES	1050.0	01449	9183233 9183232	universal@infosol.net.mx
XEEY-AM	LA CONSENTIDA	AGUASCALIENTES	660.0	01449	9127075 9128623	XEEY-AM@cirf.com.mx
XEFP-AM	RADIO ALEGRIA	AGUASCALIENTES	990.0	01449	9139018	XEFP-AM@cirf.com.mx
XELTZ-AM	EL PLANETA	AGUASCALIENTES	740.0	01449	9183089 9150191	universal@infosol.net.mx
XEPLA-AM	RADIO MEXICANA	AGUASCALIENTES	860.0	01449	9183089 9150191	universal@infosol.net.mx
XERO-AM	RADIO RECUERDO	AGUASCALIENTES	1490.0	01449	9153360 9182900	radioqpo@prodinv.net.mx
XEUVA-AM	LA RANCHERITA	AGUASCALIENTES	1170.0	01449	9153360 9182900	radioqpo@prodinv.net.mx
XEYZ-AM	LA PODEROSA	AGUASCALIENTES	1260.0	01449	9153360 9182900	radioqpo@prodinv.net.mx
XHAG-TV	PROD.DE TELEVISION DE AGUASCALIENTES, S.A.	AGUASCALIENTES	13.0	01449	9185366 9182858	
XHAGC-FM	FM GLOBO	AGUASCALIENTES	97.3	01449	9150191 9183232	universal@infosol.net.mx
XHAGT-FM	STEREO REY	AGUASCALIENTES	93.7	01449	9166879 9183232	universal@infosol.net.mx
XHAGU-TV		AGUASCALIENTES	2.0	0155	52245000	
XHJCM-TV		AGUASCALIENTES	4.0	0155	54201313	
XHLGA-TV		AGUASCALIENTES	10.0	0155	54201313	
XHUO-FM	MAGIA 101	AGUASCALIENTES	101.7	01449	9153360 9182900	radioqpo@prodinv.net.mx
XHUZ-FM	DIGITAL 105	AGUASCALIENTES	105.3	01449	9153360 9182900	radioqpo@prodinv.net.mx
XHCVO-TV		CALVILLO	11.0	0155	54201313	

CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE RADIO Y TELEVISION
DIRECCION DE INFORMACION E INVESTIGACION

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ANEXO V

NÚMERO DE DIRECTORES DE RADIO UAA

Sergio Rodríguez Prieto (2)
José Reynoso Martínez
Emilio Bolaños Guerrero
Patricia Cervantes
José Dávila Rodríguez 1987 -

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

HORARIO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
6:00	LOS CLASICOS						
7:00	7.00 A. M.					TELÉFONO SOBRE EL HOGAR	
8:00						VOCES	POPULAR
						LADRON CALAMITARIA	MUJERES DE ADIÓS
UNA OPCION PARA TI							
9:00	A U D I O R E G I S T R O S						
10:00	DETRAS, DENTRO Y FRENTE A LA RADIO					LOS NIÑOS PLATICAN	ACTITUDES
11:00						E L J A Z Z C O N T E M P O R A N E O	
12:00	PUNTO DE VISTA	DE MUJER SIBOLO Y PENSAMIENTO	EL G I S	TRAZOS	COMUNITEC	FOTOGRAMA	ESPAÑA, MAGIA
	TE DEUM		ANTENA	NUEVA ERA	ARIAS		EL AMBITO DE LAS MUJERES
13:00	LA CIENCIA CON MINUSCULA					FOTOGRAMA	ATRIL
	A T R I L						
14:00	LOS UNIVERSITARIOS					AL TRANCO... ORIGEN, ESENCIA	EL BARRIO
15:00							
16:00	OBRAS MAESTRAS DE LA MUSICA						
17:00	CLASIFICACION C	ASUNTOS DE FAMILIA	CLASIFICACION C	COMUNICAR DECIDIR	PROSPECTO	EL CANTO DE AMERICA	EL TENEDERO
18:00	VAJE SUBTERRANEO	ROLLOS Y ROLAS	AGENDA SIGLO XXI	SEMINARIO MEXICANO DE CULTURA	PUNTO DE ENCUENTRO	RAYOS Y TRUENOS	AZUL
		LA ROCKOLA					
19:00	PARTITURA AL AIRE						
20:00	HOY EN DIA					FONOTECA	Y POR LA NOCHE OPERA
21:00						E L J A Z Z C O N T E M P O R A N E O	
	22:00	EL ROPERIO	EL CANTO DE AMERICA	OBJETIVO DEL ROCK	PARA QUE V E A S	HASTA QUE EL CUERPO AQUIANTE	DIVAGACIONES
23:00	P O D I U M	CLASICA	CLASICA	CLASICA		AUTOBLUES	
24:00	FIN DE TRANSMISIONES						

TESIS CON FALLA DE ORIGEN