

62  
2 ej



**Universidad Nacional Autónoma de México**

**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**

**Centro de Educación Continua**

**Factores que inciden en la difusión, a través de la televisión,  
del trabajo académico realizado por una institución de  
educación superior privada.**

Tesina que para obtener el título de  
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

presenta

**Mario Guzmán Corral**

**Director: Mtro. Gustavo López Pardo**

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

México, D.F., 1996.

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**



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.

## Índice

Introducción .....	5
Sociedad, universidad y televisión universitaria.....	10
Los medios de difusión, la sociedad y el Estado.....	10
La universidad privada y la educación en México.....	18
Universidad, comunicación y liderazgo social.....	22
Los medios de comunicación en México.....	31
La comunicación y la televisión universitaria .....	31
Televisión educativa, cultural y universitaria.....	34
La televisión universitaria, entre el interés y el servicio público.....	49
La televisión en la Universidad de las Américas.....	55
La educación superior en Puebla y la universidad privada.....	55
Los medios electrónicos en Puebla.....	60
El proyecto educativo de la Universidad de las Américas.....	66
La comunicación y la promoción en la UDLA.....	76
TV UDLA, transmisión sin emisora.....	81
Una conclusión definitiva.....	99
Bibliografía.....	105
Anexos	

## Introducción

La participación de las universidades en la televisión no ha sido práctica común en nuestro país. Los ejemplos más acabados de la presencia de las instituciones de educación superior en la televisión son, indudablemente, la UNAM -a través de la televisión pública y el empleo de tiempos oficiales-, y el IPN con su canal de televisión. Fuera de estas experiencias, son pocos los casos de universidades que han desarrollado un trabajo de producción profesional o que participan con una programación permanente en las pantallas de televisión. La carencia de recursos técnicos, humanos y económicos, por un lado, y la presencia de una serie de factores legales, políticos e institucionales por otro, han impedido que se incremente la presencia de las universidades en la televisión del país. En términos estrictos, es correcto afirmar que las dos únicas televisoras universitarias -Nuevo León y Sonora- no han logrado obtener una penetración y proyección suficientes, debido al limitado alcance de sus potencias y a sus escasas programaciones.

En este contexto, la presencia de una institución de educación superior de carácter privado en las dos más importantes televisoras culturales de la Ciudad de México y en numerosas emisoras regionales del país, se convirtió en una experiencia *sui generis* en el campo de la televisión universitaria, en la comunicación social en general y en la educación superior en particular. Fundamentalmente marcó un viraje en la participación de las universidades privadas en ámbitos de la vida social, hasta entonces atendidos por las universidades públicas. Las universidades privadas, consideradas durante muchos años como instituciones de bajo nivel y receptoras de malos estudiantes, en menos de diez años asumieron un papel significativo en la educación, al incorporar un alto porcentaje de los estudiantes del país e incursionar en la investigación, la difusión de la cultura y el empleo de modernos recursos de información.

La Universidad de las Américas-Puebla ubicada en la entidad de Cholula, y ligada a un sector importante de empresarios, implementó a principios de 1991 un proyecto de producción de programas para la televisión, con el fin de difundir, a través del Canal 11 del IPN, el resultado de sus actividades académicas, de investigación y artísticas, en el marco de un convenio que involucraba a cinco instituciones más. Para poder cumplir con los compromisos establecidos, la UDLA-P creó su propia productora de televisión. En cuatro años de trabajo, las producciones de la universidad consiguieron la calidad técnica y de contenido, que le valió su presencia en una importante zona del centro y el sureste del país. Hacia fines de 1995, la UDLA-P se vio afectada por la crisis económica del país. Se transformaron muchas de las condiciones internas de la institución que habían propiciado el proyecto, y salieron a flote las contradicciones que un trabajo de difusión de esta naturaleza, tuvo que sortear para hacerlo posible. En este contexto, el proyecto de televisión de la UDLA-P se desplomó.

En el proceso de estudio de la experiencia de televisión de la UDLA-P, se fueron sumando factores que rebasaron el simple ámbito de una institución universitaria y que pautaron las interrogantes a despejar en este trabajo: ¿Por qué una institución con las características de la UDLA-P se interesó por la difusión en medios con alcance de masas? ¿Por qué sus transmisiones se llevaron a cabo fundamentalmente en medios públicos? ¿Qué tipo de contenidos se abordaron en los programas y a qué proyecto de universidad respondían? y ¿Cuál será la presencia de las universidades privadas en el ámbito de la comunicación en el futuro?

Una respuesta inicial a estas interrogantes nos permite resaltar que la experiencia de una universidad privada en los medios de difusión públicos indica, en primera instancia, que se gestó un cambio en el marco de actuación de las instituciones educativas particulares. Por una parte, la universidad privada respondió adecuadamente al proyecto de nación de los dos últimos sexenios y se vinculó con los grupos políticos y económicos líderes en el país. Por otra, la apertura de la televisión pública a las

universidades en general, le permitió a la universidad privada incrementar su presencia en el país como institución representativa de los sectores importantes de la sociedad.

Este viraje fue alentado por el alejamiento, por parte del Estado, de una postura patrimonialista que permitió la apertura de espacios a la iniciativa privada en los ámbitos económico, político y cultural antes reservados al sector público. Desde esta perspectiva, la universidad privada, con su orientación educativa y la difusión de sus ideas, se convirtió en legitimador de las nuevas políticas económicas adoptadas en el país. El ingreso, cada vez mayor, de cuadros profesionales egresados de la universidades privadas nacionales a los diferentes sectores de la estructura de gobierno, se aprestó a darle continuidad al proyecto económico neoliberal que comenzó a gestarse a partir de la presidencia de Miguel de la Madrid.

Desde esta perspectiva, la presente tesina busca establecer algunos rasgos de la estructura social en la que conviven la televisión y la universidad privada, como parte de un sistema cultural. Ambos, universidad y medios, establecen diferentes niveles de intermediación en el ámbito de regulación establecido por el Estado. De tal manera, la presencia de las universidades privadas en la televisión -fundamentalmente pública- se vió condicionada por factores externos que le facilitaron o restringieron en su momento, el acceso a las frecuencias.

El abordaje metodológico de nuestro estudio se explica en el primer capítulo. Se decidió desarrollar el esquema propuesto por Enrique Sanchez Ruíz, porque permite acotar el fenómeno en estudio sin perder la riqueza de sus múltiples variables. De tal manera, se establecieron las zonas de interacción de nuestro fenómeno con otras instituciones, estructuras y procesos sociales. Los niveles se establecieron en un rango que va del aspecto grupal hasta el ámbito del Estado que, a su vez, fueron cruzados con las dimensiones de orden político, económico y cultural. Aunque Sanchez Ruíz propone un espectro mayor, tanto de niveles como de dimensiones, también plantea la flexibilidad necesaria para otorgar prioridades a algunos factores con respecto a otros.

Los factores intervinientes en nuestro caso fueron: la institución universitaria privada y su articulación en la formación social; las relaciones históricas y coyunturales de dicha institución de educación y la televisión, en el marco del Estado; las condiciones políticas, económicas y sociales que determinan el desarrollo de la televisión en una universidad privada, y las posibilidades y limitaciones de la difusión masiva en una universidad particular.

En ese capítulo se hace una primera aproximación a la universidad, distinguiendo las características de las instituciones públicas y privadas. Una breve revisión histórica, ubica los factores que llevan a la caída del nivel académico de las universidades públicas y al ascenso de la educación privada. Se llama la atención sobre las características de los procesos de comunicación que se establecen al interior de las instituciones universitarias y la importancia de la difusión externa. Se presenta también una distinción de la televisión universitaria con respecto a otros formatos televisivos. El capítulo concluye con la ubicación del ámbito jurídico político en el que se desempeñan la televisión pública y privada en el país.

En el segundo capítulo se elabora una primera definición de Televisión Universitaria, de acuerdo a las características que adquieren como productos de comunicación en instituciones educativas del nivel superior. Se ofrece una contextualización de las funciones que cumple este tipo de televisión, con relación a los públicos de interés de las instituciones universitarias, así como los contenidos y objetivos que se plantean en cada caso. Algunas reflexiones acerca de la reglamentación para la televisión, tanto pública como privada, que de alguna manera influyen o afectan el desempeño de la televisión universitaria, se encuentran aquí.

En la tercera parte de ese capítulo, se hace un somero recuento del desarrollo de la televisión educativa, cultural y universitaria. Estos tres tipos de producción televisiva en nuestro país, se desarrollaron con vínculos muy estrechos, de manera que, en muchos casos, un estilo de televisión se identificó con el otro por el

canal empleado, por las características de sus contenidos, por las instancias que los elaboraron, por los apoyos que recibieron o por los objetivos y funciones para los que fueron creados.

El tercero de los capítulos se introduce de lleno al tema en estudio. En primer lugar intenta hacer una ubicación del problema, con la revisión de las características de la educación superior privada y de los medios de comunicación, en el Estado de Puebla. Más adelante hace un recuento de los antecedentes y las características de la Universidad de las Américas, y llama la atención sobre la relación entre los intereses personales y de grupo, involucrados en la institución. Finalmente describe la experiencia de trabajo de la productora de televisión de la UDLA-P, y los factores que, inicialmente, permitieron el impulso al proyecto y posteriormente incidieron en su desaparición.

El trabajo pretende aportar algunos elementos para el análisis de un medio de difusión que, en la actualidad, ha tenido un auge inusitado y que, por lo menos a corto plazo, incrementará su empleo al interior de las universidades públicas y privadas. Inicialmente, la tesina estaba planteada como una simple revisión y diagnóstico de una experiencia de trabajo. Sin embargo, en el proceso de estructuración y clarificación del tema, se pudo observar que existía un campo de análisis mayor para la sociología de la comunicación. Esto es, que muchos fenómenos comunicativos que por sus dimensiones o alcances pueden no ser percibidos como objetos de mayor profundización, hunden las raíces de sus orígenes en factores de dimensiones nacionales. Tal es el caso de la UDLA-Puebla: una universidad privada, ubicada en una pequeña población de provincia, cuyas relaciones e intereses con algunos grupos de poder económico y político del país, influyeron en su desarrollo como institución educativa, e impulsaron el uso de espacios en medios de difusión con alcance de masas.

## **Sociedad, universidad y televisión universitaria.**

### **Los medios de difusión, la sociedad y el Estado.**

En el presente estudio partimos del modelo propuesto por Sanchez Ruiz<sup>1</sup>, para el análisis histórico estructural de la operación social de los medios de difusión masiva. Este enfoque aborda al objeto de estudio desde dos presupuestos básicos: el primero, plantea que la comunicación masiva, al igual que cualquier otro objeto de estudio de lo social, se constituye por un nexo complejo de elementos con múltiples dimensiones, relaciones y determinaciones mediadoras, que puede ser descrito y analizado sistemáticamente en diversos niveles de generalidad y abstracción. El segundo plantea que -si bien hay diversas dimensiones del desarrollo y funcionamiento social de los medios, que en principio constituyen dominios de ciencias sociales diferentes- su síntesis sólo es posible desde un punto de vista sociológico.

De acuerdo con el modelo, nuestro objeto de estudio se ubica en la esfera de los medios de comunicación y del sistema de educación superior en el país. La televisión universitaria será nuestro marco de referencia y el fenómeno específico en estudio, la televisión en una universidad privada. Acotaremos nuestro objeto, con el fin de comprenderlo mejor y facilitar su campo de análisis, no como un sesgo del trabajo. En un primer momento será necesario develar las múltiples dimensiones, articulaciones y niveles del fenómeno. El modesto alcance de nuestro objeto de análisis -dentro de la enorme e intrincada multidimensionalidad que implican los fenómenos de la comunicación-, por concreto y reducido que sea, es ya un todo complejo en sí mismo. Se

<sup>1</sup> SANCHEZ Ruiz, Enrique E., *Medios de difusión y sociedad. Notas críticas y metodológicas*. Mexico: Universidad de Guadalajara, 1992.

pretende hacer posible la imaginación sociológica, para comprender la magnitud que entraña un fragmento del universo de la comunicación, al aportar algunos datos al análisis de los procesos sociales.<sup>2</sup>

Intentaremos explicar cómo, algunos procesos comunicativos que se establecen a partir de la difusión por televisión en una universidad privada, se vinculan a, y son producto de, factores de mayor complejidad social. En concreto, los procesos comunicativos de una institución universitaria operan dentro de diversos procesos macro y microsociales, mediante sus múltiples articulaciones con diferentes instituciones, aparatos, instancias, estructuras de la sociedad y del sistema en general; pero también en virtud de prácticas sociales concretas de individuos, grupos y clases sociales.<sup>3</sup>

Nuestro estudio tendrá, entonces, diferentes niveles en la escala de observación y construcción conceptual. Uno de estos niveles será el de los grupos, cuyas acciones se convierten en factores determinantes de nuestro objeto; el otro, será el de las instituciones y aparatos (conjunto de instituciones semejantes o interrelacionadas por funciones comunes); un tercer nivel corresponderá a la estructura social y al ámbito del Estado. El análisis partirá de lo general hacia lo particular, con el fin de establecer inicialmente los factores más amplios que permiten ubicar al fenómeno en estudio y sentar las bases para adentrarse posteriormente en nuestro fenómeno específico. El marco espacio temporal del estudio corresponde al período de existencia de la productora de televisión de la UDLA-P, que comprendió de abril de 1991 a diciembre de 1995.

Cualquier objeto complejo de análisis social es multidimensional, afirma Sanchez Ruiz, pero en función del interés analítico, es necesario elegir las dimensiones pertinentes de dicho objeto.<sup>4</sup> De acuerdo con esta premisa, el interés de nuestro objeto se construirá desde tres dimensiones concretas: la económica, la política y

---

<sup>2</sup> *Idem.*, p. 67.

<sup>3</sup> *Idem.*, p. 68.

<sup>4</sup> *Idem.*, p. 71.

la cultural (incluida en ésta última a la educación).

El campo de análisis se hace complejo, no obstante, en la medida en que se abren las zonas o ámbitos de acción de cada una de dichas dimensiones. Esto es, cada dimensión no puede abordarse y agotarse como lugar puntual, en virtud de que la interpretación se realiza en el mundo real y la política puede trastocarse con la económica y ésta, a su vez, en cultural. En consecuencia, será necesario establecer zonas de articulación que permitan ubicar los contactos e interacciones de un medio de difusión con otras instituciones, estructuras y procesos sociales, dentro de cada dimensión.<sup>5</sup>

En el siguiente cuadro se muestra gráficamente cómo establecemos, a partir de las mediaciones señaladas, las articulaciones e interfases más relevantes para explicar nuestro fenómeno en estudio. El énfasis puesto en determinados aspectos de nuestro objeto de análisis, surge de un interés analítico específico y personal, en tanto que el resto de aspectos que inciden en nuestro objeto, se consideran como constantes que nos permiten acercarnos a la riqueza de su existencia y operación social.<sup>6</sup>

Cada una de las articulaciones que se ilustran en el cuadro, aparecen como conexiones causales en el punto donde se cruzan niveles con dimensiones y, eventualmente, en la interacción entre niveles dentro de una misma dimensión. De esta manera se describe la compleja relación existente entre los factores que propician el objeto de análisis. Así, vemos que en las tres dimensiones se confrontan diversos niveles de relación. Es decir, cada "causa" es un factor que influye, orienta y contribuye a configurar el proceso comunicativo del fenómeno estudiado. Cada conexión establecida -o construida por razón del mismo análisis- se compone de una serie de factores que influyen o median el proceso comunicativo, al cambiar o reforzar el desarrollo de los acontecimientos. De esta manera los aspectos económico, político y cultural, que

<sup>5</sup> *Idem*, p. 74

<sup>6</sup> *Idem*, pp. 74-75

permitirán explicar el caso de la TV universitaria, dan lugar a una infinidad de cadenas de articulación o conexión entre procesos y fenómenos.

Definiremos entonces a la "mediación", como un factor de determinación interviniente en un proceso, y a una serie de acciones, más o menos conscientes, llevadas a cabo por algunos grupos o individuos. Para una comprensión más clara de la operación social de la televisión universitaria, estableceremos algunas de las dimensiones principales sobre las que se sustentará el presente trabajo: las mediaciones económicas, las mediaciones políticas y las mediaciones culturales.

*Las mediaciones de la dimensión económica*, siguiendo con Sánchez Ruiz, se establecen a partir de las diversas formas de articulación de los medios con la economía a niveles regional y nacional, pero también como parte de procesos macro y micro económico, a nivel de empresa, rama o sector.

**Articulaciones y zonas interfase de la televisión universitaria en tres ámbitos de mediación.**

**niveles**

ESTADO (mexicano)	(✓)	<-->	(✓)	<-->	✓
REGION (Puebla)	✓	<-->	✓		(✓)
APARATO (medios de dif.)	✓	<-->	(✓)	<-->	(✓)
INSTITUCION (univ.)	(✓)	<-->	(✓)	<-->	(✓)
GRUPO (priv. y guber.)	(✓)	<-->	(✓)		✓

ECONOMIA POLITICA CULTURA  
**dimensiones**

- ✓ = articulación nivel/dimensión
- <--> = zona de articulación entre dimensiones en un nivel
- ( ) = zona de articulación entre niveles en una sola dimensión

Desde este enfoque, nos interesa la dimensión económica pues la televisión universitaria es posible por los vínculos que establecen las instituciones educativas con las empresas televisoras tanto privadas como públicas. La característica jurídica de cada una de dichas empresas de comunicación -como concesionaria o permisionaria- que influye directamente en sus formas de financiamiento, condiciona también su comportamiento como medio de difusión en la estructura social. Nos interesa, en consecuencia, la función económica de la televisión por las relaciones de interés que sostiene como empresa pública o privada, con los diferentes sectores de la sociedad.

Reconoceremos, de acuerdo con Sánchez Ruiz, cuatro ámbitos de mediación de la economía sobre los medios de difusión masiva, que inciden en los procesos de la televisión universitaria: a) Relaciones histórico estructurales y coyunturales con el proceso de acumulación de capital (papel del Estado en el proceso, políticas económicas); b) Necesidades de financiamiento: inversiones, formas de patrocinio y subsidio (el caso de las empresas públicas); c) Formas de vinculación de los medios con otros sectores y ramas económicas; y, d) Relación corporativa de las empresas de medios con otros sectores de la clase dominante y el Estado.

*La mediación política* se asume como la articulación de los medios de difusión con el Estado. En consecuencia, tomaremos el concepto de Estado planteado por Nora Hamilton: un conjunto de instituciones (aparato estatal) e individuos (gobierno) que las controlan, cuya función está dirigida a mantener una formación social determinada.<sup>7</sup> De acuerdo con esta definición, en la formación social capitalista la clase dominante puede intervenir, directa o indirectamente, para hacer posible la existencia y funcionamiento del Estado. La inversión de recursos dirigidos al reclutamiento y membresía de individuos y grupos, así como el financiamiento de agentes como los medios de comunicación y las universidades, permiten a los grupos dominantes controlar

<sup>7</sup> HAMILTON, Nora, México: los límites de la autonomía del estado. México, 1983.

posiciones de poder.<sup>8</sup> Por una parte, tanto la clase dominante como el Estado, han echado mano de las instituciones educativas con el fin de formar a los líderes técnicos y políticos y, por otra, de los medios de difusión para legitimar sus acciones, con el fin de mantener la reproducción de la estructura social.

La existencia del Estado en una formación social sólo se garantiza con la preservación de esa formación social. Para ello, el Estado requiere de un margen de autonomía, entendida como la habilidad de aquellos que controlan el aparato estatal para utilizarlo con fines diferentes y contrarios a los de la clase dominante, con el fin de garantizar la reproducción del modo de producción existente, del cual ésta clase se beneficia en última instancia.<sup>9</sup> Así, el Estado opera en interés de la reproducción de esa formación social, neutralizando el conflicto entre las clases y controlando a las clases subordinadas. El Estado se forma en una instancia superior de la sociedad, necesaria para mediar la relación entre las clases sociales, a través del aparato estatal encargado de regular y ordenar el desempeño de las instituciones y los individuos.

En consecuencia y con el objetivo de determinar las formas de vinculación de los medios con las estructuras de poder, ubicaremos los siguientes puntos de mediación política: a) El papel del Estado en el proceso de conformación del sistema público y privado de medios; b) La legislación como marco formal de interacciones entre el Estado y los medios; c) Las formas de organización corporativa de las empresas de medios y su articulación con otros sectores de la clase dominante y el aparato de gobierno .

Reconoceremos como *mediaciones culturales*, los puntos de interacción entre los medios de difusión y los diversos sistemas encargados de la producción y reproducción de la cultura en una sociedad determinada. Entre los múltiples sistemas de producción cultural se encuentra el educativo, concebido como un

---

<sup>8</sup> *Idem.*, p. 22

<sup>9</sup> *Idem.*, p. 35

proceso social permanente y cotidiano de intercambio de informaciones, conocimientos y experiencias. De acuerdo al planteamiento de Ana Meléndez Crespo, la enseñanza y el aprendizaje tienen lugar a partir de procesos de creación, emisión, circulación y percepción de mensajes que forma a los individuos para una actuación reflexiva o irreflexiva.<sup>10</sup> En este sentido, el saber o conocimiento es resultado de un proceso de aprendizaje que implica necesariamente a la comunicación. Esto es, los medios de comunicación cumplen el rol de transmisores de un amplio abanico de mensajes que "permiten dar sentido al mundo, conforman nuestra percepción de él, y se suman al fondo de conocimientos anteriores y a la continuidad de nuestra actual comprensión".<sup>11</sup> Pero la actividad principal de creación de conocimientos, como la enseñanza o la investigación, corresponde a las instituciones sociales encargadas de la instrucción en sus diferentes niveles de transmisión del saber.

Los medios de comunicación no generan nuevos saberes que nutran y trasciendan al conocimiento humano, su función se finca en la reproducción del conocimiento ya existente y, en el mejor de los casos, motiva al individuo a conocer nuevos aspectos de la realidad a partir de la información contenida en sus mensajes. La comprensión de estas relaciones educativas y comunicativas nos importa, no tanto por el proceso educativo mismo, sino por la necesidad de definir claramente los ámbitos de acción de la institución educativa generadora de conocimientos y de la institución de los medios de comunicación difusora de conocimientos. Dado que ambos fenómenos no suceden en terrenos abstractos, sino en el contexto de una formación social determinada, sólo a partir del estudio de ellos, dentro de la realidad, es como puede entenderse la forma en que son influidos por los factores económicos, políticos e ideológicos.<sup>12</sup>

Nos interesa entonces el ámbito de la mediación cultural porque a él

<sup>10</sup> MELÉNDEZ Crespo, Ana. "La educación y la comunicación en México". En PATIÑO, Alfredo (Compilador), **La comunicación educativa**. México: COSNET, 1985, p. 14.

<sup>11</sup> McQUAIL, Denis. **Introducción a la teoría de la comunicación de masas**. México: Paidós, 1992, p.59.

<sup>12</sup> CRESPO, *op. cit.*, p. 14.

pertenece uno de los ejes de nuestro estudio, que es la universidad, considerada en su acepción más sencilla, como una institución que ampara e integra las funciones de producción, transmisión y utilización de los conocimientos, cuya misión reside en la formación de los técnicos superiores y la mayor parte los cuadros profesionales de la sociedad. La universidad está constituida por una comunidad formada por los profesores, los investigadores, los estudiantes y el cuerpo administrativo, que alberga una tradición y una dinámica de renovación humana y social.<sup>13</sup> A las tareas sustantivas de la universidad, se han incorporado la difusión y divulgación de los conocimientos, acción que se cumple básicamente de dos maneras: una, gracias a la extensión de recursos educativos no formales; y dos, con la difusión de mensajes a públicos no universitarios y heterogéneos, a través de medios propios o de canales públicos y privados.

Las principales mediaciones de la institución universitaria con los medios, de interés para nuestro objeto de estudio, se establecen a partir de los siguientes puntos: a) La institución universitaria y su articulación a la formación social; b) La estructura de la universidad y sus relaciones históricas y coyunturales con el Estado; c) Las relaciones políticas, económicas y sociales con los medios de carácter público; y, d) Las alternativas específicas de medios de iniciativa universitaria y sus alcances e influencia reales en la sociedad.

A manera de resumen, sobre el enfoque teórico adoptado para el análisis de nuestro tema, diremos que la televisión universitaria forma parte de un subsistema -el educativo- con múltiples interacciones en el complejo sistema social. Una vez ubicado nuestro objeto de estudio en la estructura social, trataremos de desentrañar el nexo complejo que establece con otros subsistemas, a partir de las dimensiones económica, política y cultural, y de las relaciones que establece con los niveles de Estado, región, aparato, institución y grupo. Estas articulaciones y mediaciones nos permitirán explicar con mayor especificidad la compleja interacción y articulación de los

<sup>13</sup> CASTREJÓN Díez, Jaime. *La educación superior en México*. México: Edicol, 1979, pp. 10 y 11.

factores que inciden, a favor o en contra, de la difusión que una institución de educación superior privada, pretende realizar a través de la televisión, empleando los espacios de las televisoras tanto públicas como concesionadas.

### **La universidad privada y la educación en México**

En las universidades, como en cualquiera otra institución que forma parte del tejido social, se libran enfrentamientos y acciones que son expresiones de la confrontación política. Se lucha -entre corrientes y entre tendencias de una sola corriente- por el poder, pero el fin de la lucha no termina en el gobierno de la universidad, en la aplicación y supervisión de los recursos, en la orientación de las tareas académicas, ni en la coordinación de la investigación, la extensión y la difusión de la cultura, sino en el papel que como institución cumplirá en el ámbito del Estado.<sup>14</sup>

Las contradicciones sociales nunca han sido ajenas a la universidad, de manera que los intereses de estos centros educativos siempre han estado en contacto con los de las clases dominantes o los de las clases marginadas. De aquí surge el interés común entre la universidad y la sociedad, y su obligatoria definición de posiciones en el conflicto entre las clases.

Se afirma que "la universidad cumple funciones distintas según la sociedad que le da origen"<sup>15</sup>. En consecuencia, es necesario definir a la universidad de acuerdo a la estructura social en que se inscribe, pues una es parte de la otra y no puede estar en condiciones diferentes sin provocar tensiones. Debemos entender entonces, que las universidades -aún las llamadas autónomas-, dependen siempre de un poder que las financia, que reconoce la enseñanza que imparten, y que confía en ellas.

<sup>14</sup> TENORIO, *op. cit.*, p. 21

<sup>15</sup> CASTREJÓN, *op. cit.*, p. 29.

Las universidades públicas han navegado entre dos proyectos diferentes: una universidad ligada a la clase dominante y fuertemente integrada en virtud de sus funciones, en la que sus profesores, estudiantes y la propia institución comparten la ideología del Estado; y, otra, con una comunidad universitaria segmentada, que brega -según las condiciones- entre definirse como productora de cuadros para un Estado industrializador u oponerse a la gestión que se le ha encomendado de servicio a la clase dominante.<sup>16</sup>

El caso de las universidades privadas presenta otro tipo de relación con el Estado, que se define en dos vertientes: la universidad confesional tradicionalista, fundada por los grupos más conservadores del catolicismo, y enfrentada a las políticas populares del Estado, y la universidad empresarial moderna, impulsada por capitales industriales con el fin de preparar líderes imbuidos de la filosofía económica neoliberal. En ambos casos, aunque con matices, los dos tipos de institución están interesadas en la reproducción de la formación social establecida.

Orientadas por una política educativa dirigida a integrar a los sectores populares al desarrollo social, las universidades públicas se convirtieron en forjadoras de los cuadros profesionales del aparato de gobierno. Miles de jóvenes, formados por el sistema educativo nacional, saturaron a las universidades -principalmente en las carreras más lucrativas- con el objetivo de conseguir un instrumento de ascenso económico-social. Pero la realidad y el momento social rebasaron las intenciones, al propiciar la creación de un producto fuera de mercado, que no se vendía, se producía a un costo muy alto, y no ofrecía beneficio, ni control a quien lo costaba.

Ante la insuficiente preparación técnica y profesional, y la profunda ideologización de los egresados de las instituciones de educación superior del Estado, el sector privado se abocó a preparar a sus propios cuadros directivos y técnicos, apoyando el surgimiento de instituciones particulares de educación, fundamentalmente en los

<sup>16</sup> CASTREJON, *op. cit.*, p. 17

polos de desarrollo más importantes del país. Tanto por su origen, como por su formación, durante más de sesenta años, según Peter Smith, las élites políticas mexicanas fueron sustancialmente diferentes de las élites económicas.<sup>17</sup>

La presencia destacada de las universidades particulares es un fenómeno que se desarrolló en los últimos treinta años. Con el impulso económico de los años cuarenta, los grupos empresariales buscaron su consolidación en la dirección económica del país y crearon mejores alternativas de educación para sus sucesores. De tal suerte, a principios de esa década, surgió una de las instituciones educativas que ha liderado la enseñanza universitaria privada en México: el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), en aquella ciudad. En el centro del país nacieron la Universidad Iberoamericana (UIA) y el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), así como el México City College, antecedente de la Universidad de las Américas-Puebla (UDLA-P) que -en la actualidad- tiene su sede en Puebla.

Hasta la década de los cincuenta, la instrucción pública en México mantuvo niveles de calidad no muy lejanos a los de la educación privada. Con el paso del tiempo, sin embargo, las diferencias empezaron a marcarse y la educación superior particular adquirió impulso definitivo hacia fines de los años sesenta y la década de los setenta, para alcanzar su mayor desarrollo en los años ochenta.<sup>18</sup> Dos aspectos parecen definitivos en el desarrollo de las universidades privadas: por un lado, el movimiento estudiantil de 1968 que impactó fuertemente a la clase media y alta sobre los riesgos de la educación pública y la inseguridad de sus instituciones; y, por otro, la masificación desplegada durante los años setenta, que provocó una secuela de conflictos internos y la caída del nivel académico.

En estas condiciones la universidad privada reforzó sus principios tradicionalistas: formadora de élites, distribuidora de cultura, centro de conocimiento y

<sup>17</sup> HAMILTON, Nora. *México: los límites de la autonomía del estado*. México: Era, 1983. p. 38.

<sup>18</sup> SARMIENTO, Sergio. "Las dos educaciones". *Revista Origen*. México: Guilardi Editores, mayo 1995. No. 24, pp. 30 y 31.

guía de la sociedad; y fincó sus objetivos en el mejoramiento de la estructura social y la formación de individuos con alto sentido profesional y de liderazgo. En un informe estadístico del año 1979, realizado por la Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Educación Superior (ANUIES), se registraban 90 instituciones de educación superior privadas. En marzo de 1981, el Boletín ANUIES registró la existencia de 130 instituciones privadas de educación superior en el país. Diez años más tarde, el número de instituciones privadas se incrementó a 218.<sup>19</sup>

Dicha encuesta consideró como instituciones educativas de nivel superior, a aquellas que ofrecían como mínimo 6 carreras profesionales en tres diferentes áreas de estudio, de ellas, cuando menos una debería corresponder al área de ciencias sociales y administrativas, de ciencias de la educación, o bien, al área de humanidades. El estudio no consideró ni a los institutos tecnológicos ni a las escuelas normales. Del total, se reconocieron como universidad a 64 instituciones (ver relación de instituciones miembros de FIMPES en anexos), a una como instituto de educación técnica y a 153 como escuela, instituto superior o centro de estudios. Todas estas instituciones atendían en el año de referencia a 1,091,324 alumnos, del total nacional.<sup>20</sup>

En el México de los años noventa, la educación privada encontró un alto reconocimiento social, a pesar de que el porcentaje de 11.3 por ciento de la población que cursaba estudios en instituciones privadas, cayó a 9,8 por ciento para el ciclo escolar 1994-1995, debido fundamentalmente a la crisis económica y a la devaluación del peso frente al dólar, al iniciar el período de gobierno de Ernesto Zedillo.<sup>21</sup> A pesar del decremento, en 1994 la captación de estudiantes en el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, fue de 36 mil 770 alumnos. La Universidad Iberoamericana, recibió a 16 mil 467, y la Universidad del Valle de México, a

---

<sup>19</sup> Datos tomados del documento **La educación superior privada en México (1980-81). Su aportación al desarrollo de la nación (anteproyecto)**, presentado a la Presidencia de la República. México: 1980.

<sup>20</sup> Datos tomados del **Anuario Estadístico, Licenciaturas en Universidades e Institutos Tecnológicos**. México: ANUIES, 1991.

<sup>21</sup> SARMIENTO, *op. cit*

16 mil 395 alumnos. Por su parte, la Universidad La Salle, matriculó a 6 mil 796 alumnos, y la Universidad de las Américas Puebla, a 5 mil 833 estudiantes de licenciatura. Las universidades de Monterrey, del Bajío y el Tecnológico Autónomo de México, captaron alrededor de 4 mil estudiantes cada una. Aunque las universidades privadas tuvieron un crecimiento, en algunas ocasiones, en más del 100 por ciento, múltiples instituciones particulares recibieron el impacto de la crisis, es el caso de la Universidad Autónoma de Guadalajara, que disminuyó su matrícula en casi un 50 por ciento.

Los anuarios estadísticos de la ANUIES señalan que, en el período 1980-1994, el número de alumnos registrados en las universidades privadas creció en 149 por ciento, mientras que la cifra de inscritos en las universidades públicas, sólo había aumentado 48.7 por ciento. Esto significa que a principios de la década de los ochenta, la universidad privada atendía a uno de cada siete estudiantes de licenciatura, proporción que, en 1994, era de uno por cada cuatro. En porcentaje, los planteles privados inscribieron en 1994, al 20.8 por ciento de la matrícula total de licenciatura en el país, cifra que en 1980 era de 13.53 por ciento. En términos nominales, la universidad privada captó en 1994, un total de 246 mil 505 alumnos. En contrapartida, las instituciones de educación superior registraron en el mismo año a 936 mil 646 estudiantes.<sup>22</sup> Los datos revelan, fundamentalmente, el notable crecimiento de la educación particular respecto a la educación superior pública, aunque en términos generales también se nota el escaso aumento que ha tenido la educación superior en general en los últimos años.

### **Universidad, comunicación y liderazgo social**

El papel de las universidades privadas en el contexto político del país fue determinante

<sup>22</sup> SALDIERNA, Georgina. "En licenciatura, sólo uno de cada ocho jóvenes" Reportaje. Periódico **La Jornada**, México, lunes 3 de julio de 1995, p. 64

para concebir a una nueva "élite del poder". El desarrollo de la educación privada corrió parejo con los cambios que se fueron suscitando en el resto de la estructura social. Durante años, la instrucción impartida por particulares vivió un lento avance debido a la fuerte presencia de la educación pública. Sin embargo, para cuando la universidad pública entró en crisis, los grupos privados habían dado pasos en la conformación de sus propios centros educativos.

Las condiciones socioeconómicas y el lugar de origen, establecieron con el tiempo una diferencia entre los líderes de México. Los empresarios se fueron formando en escuelas particulares, universidades privadas e instituciones en el extranjero, en tanto, que los políticos surgieron de las escuelas y universidades públicas y, en muy contados casos, obtuvieron algún grado en el extranjero. La conformación de élites universitarias de clase media y alta, surgidas en un país en el que sólo una minoría tiene la posibilidad de obtener un grado de licenciatura, institucionalizó los medios necesarios para la reproducción del dominio de una clase.

Esta separación entre los dos modelos educativos, definió la orientación del liderazgo en el país. Tradicionalmente los estudiantes de las universidades públicas pasaban a engrosar las filas del aparato gubernamental, en tanto que los egresados de las universidades privadas, se integraban a la dirección empresarial. Los rumbos de los líderes forjados en cada tipo de universidad, sin embargo, comenzaron a acercarse.

En términos educativos, los líderes políticos y empresariales homogeneizaron su forma de pensar y actuar con respecto a los asuntos de Estado, pues en la medida en que los funcionarios públicos se fueron formando en instituciones privadas y comenzaron a acceder a posgrados en las universidades del extranjero -sobre todo de los Estados Unidos-, la actitud de cada uno de ellos con respecto al otro, se fue matizando. Por otra parte, la captación de jóvenes egresados de universidades privadas por el sector público, incrementó el interés de dichas instituciones por colocar a sus

cuadros en los niveles de dirección del país, función que les había sido negada por largo tiempo.

En la actualidad, los líderes contemporáneos mexicanos que se han distinguido en el ámbito político y privado, manifiestan coincidencias entre su lugar de origen, la clase social a la que pertenecen y el tipo de educación recibida. En ambos casos, estos líderes forman parte de la clase media y la clase alta. De entre los líderes surgidos de la clase media, se distingue un número importante de políticos e intelectuales, sin embargo, del 94% de los principales líderes empresariales, cuyo origen de referencia fue la clase media y alta, sólo el 30% pertenecía al primer grupo social.

Parece ser, por otra parte, que el lugar de origen ha sido determinante en la creación del liderazgo, pues si se observa el caso de los líderes empresariales, todos tienen como lugar de nacimiento centros urbanos, ya sea capitales o ciudades de importancia por su tamaño. Este mismo rasgo se aplica también a las élites de los políticos e intelectuales del país. Todo parece indicar que la concentración de recursos económicos, educativos y políticos en unos cuantos centros urbanos de importancia, como la Ciudad de México, el Estado de México, Monterrey, Guadalajara y Puebla, definió el origen del liderazgo del país.<sup>23</sup>

Los antecedentes sociales de los líderes empresariales, según Roderic A. Camp, se han ligado inextricablemente no sólo a su lugar de origen y al de sus padres, sino también a su nivel educativo y al tipo de instrucción recibida. La relación entre la posición clasista privilegiada de los empresarios mexicanos y la educación, se hace evidente cuando encontramos que más de tres cuartas partes de los principales empresarios del país, asistieron a escuelas primarias privadas. Con respecto al nivel educativo profesional de los empresarios mexicanos, el 61% cuenta con una carrera universitaria y, una cifra superior al 40% ha obtenido un título de posgrado. La educación

<sup>23</sup> CAMP, Roderic A. **Los empresarios y la política en México: Una visión contemporánea**. México: Fondo de Cultura Económica, 1990. pp. 72 a 80.

universitaria de los empresarios estuvo condicionada por el aspecto ideológico y por el nivel de ingresos familiares: así tenemos que más de un tercio de los empresarios actuales recibieron su educación preparatoria en el extranjero, y otra quinta parte, en colegios privados del país.

El acceso a un diferente modelo educativo se identificó como requisito para ingresar a un grupo de liderazgo distinto. De más está decir que los estratos sociales bajos quedaron fuera del esquema, pues los estudiantes que concluyeron una carrera en las universidades públicas y se encontraban en condición de ingresar a alguno de los grupos líderes, pertenecían a los estratos sociales altos. En la medida que los líderes políticos empezaron a egresar de universidades privadas y del extranjero, se incrementaron las limitaciones de movilidad social. De esta manera el rasgo de movilidad social asignado a la educación, cuando menos en el nivel universitario, quedó cancelado en la medida en que tanto el sector político y, con mayor incidencia, el privado, fueron mejorando sus niveles de preparación.<sup>24</sup>

En la misma proporción que líderes políticos y empresariales alcanzaron similares niveles educativos -e incluso se graduaron en instituciones educativas equivalentes, sobre todo en el nivel de posgrado- su concepción ideológica y sus herramientas intelectuales se fueron homogeneizando. La concepción nacionalista de la educación pública, fue relegada a los estratos sociales mas bajos, en tanto que el grupo de líderes del país asumió una concepción globalizadora sobre la nación y sus problemas.

Las nuevas generaciones de políticos y empresarios se conocieron hablando en inglés y se identificaron con un nuevo proyecto de país. Pero esta situación no fue generalizada y, en consecuencia, comenzaron a gestarse una serie de contradicciones y luchas en el ámbito del liderazgo político, especialmente entre aquellos políticos de carrera con muchos años de servicio en el sector público y un nuevo grupo de jóvenes, cuya herencia y origen socioeconómico los ponía de lleno en la arena

<sup>24</sup> *Idem.*, p. 111.

de la lucha por el poder. En el centro de la confrontación se encontraba una visión económica populista, defendida por el grupo de liderazgo adiestrado en universidades públicas, y un conjunto de líderes imbuidos de la filosofía económica liberal adquirida en los centros universitarios privados del país y del extranjero. Al respecto, Camp, plantea lo siguiente:

Es posible que la consecuencia más importante sea una escisión entre los líderes políticos y las masas. La población se está socializando hacia una visión populista del Estado mexicano, a través del sistema escolar público. Al mismo tiempo, los líderes están siendo adiestrados en instituciones cada vez más elitistas, que apoyan los valores del sector privado. Así pues, a medida que políticos y empresarios se aproximan recíprocamente en sus experiencias educativas, la población general y los líderes de México se separan.<sup>25</sup>

Pero no sólo se ha evidenciado esta separación. En la actualidad los grupos políticos que liderean el gobierno en el país han entrado en abierta lucha. La profunda división interna del Partido Revolucionario Institucional -que desembocó en los asesinatos de dos de sus más altos dirigentes en 1994 y 1995- y la descomposición de la estructura de gobierno, producto de la corrupción provocada por el narcotráfico, en el marco de una profunda crisis económica, fueron elementos sintomáticos del choque de facciones. Al mismo tiempo, el incremento en el número de egresados de instituciones privadas que pasaron a formar parte de los cuadros del sector público tuvieron, por una parte, implicaciones negativas para el Estado, al atomizar la estructura política y administrativa del gobierno; y, por otra, implicaciones positivas para la consolidación del sector privado y su capacidad de negociación con la administración pública.

En efecto, la actitud del sector privado, de preferir a los egresados de instituciones particulares sobre los egresados de universidades públicas, fue asumida en la década de los años noventa por las propias entidades estatales. Un ejemplo claro de este fenómeno fue el gabinete de Carlos Salinas de Gortari, que integró el mayor número de

<sup>25</sup> *Idem.*, p. 112.

egresados de universidades privadas en la historia, e incluso, hizo pensar que su sucesor habría de surgir de sus filas. Por debajo del gabinete y, particularmente en los cargos técnicos importantes, el número de egresados de universidades privadas ha seguido creciendo de manera incontenible.<sup>26</sup>

La presencia importante de la educación superior privada, en la formación de los profesionistas mejor preparados para la sociedad, ha llevado al Estado a entrar en competencia por reclutar a los más capaces. Un caso ilustrativo de este hecho, son las escuelas de economía de las universidades públicas, en donde los programas de estudio se encuentran orientados a la economía política. En el sistema de gobierno actual, que ha sustentado su política de gobierno en los procesos económicos, los egresados de las universidades públicas, carentes de las herramientas de la micro y macroeconomía, fueron desplazados por los economistas de las instituciones privadas. El ingreso de estos jóvenes al sector público, ha tenido, no obstante, consecuencias para la estructura de gobierno. Desplazada la clase política tradicional de los niveles de dirección, el país fue pasando a manos de una nueva generación de políticos-tecnócratas, ajenos a la experiencia de la administración pública y la negociación política que, en opinión de Antonio Ortiz Mena, exministro de Hacienda, "deterioraron rápidamente el sistema público".<sup>27</sup>

Definitivamente, las universidades privadas hoy juegan un papel mucho mayor en la preparación de profesionistas líderes en los más diversos campos de la estructura social. Su peso en el sector educativo, con lo limitado que aún es, ha logrado el reconocimiento de las autoridades del ramo. Así, de organizarse en torno a la Federación de Instituciones Mexicanas Particulares de Educación Superior (FIMPES), organismo que integra a las universidades privadas y cuya presencia es mínima en el campo educativo, el Estado ha buscado integrar a estas universidades a sus instancias

---

<sup>26</sup> SARMIENTO, *op. cit.*

<sup>27</sup> CAMP, *op. cit.*, p. 117

representativas, como la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Enseñanza Superior (ANUIES) y ha comenzado a brindarle apoyos, antes sólo asignados a las instituciones públicas, como los recursos para investigación y estudios de posgrado vía el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT).

El Estado sabe que las universidades privadas se han convertido en centros aglutinadores de grupos que inciden política, económica y socialmente en sectores representativos de la sociedad porque, en la actualidad, ahí se gestan los más importantes líderes del país y se discuten y diseñan planes de orden político y económico muy acabados y complejos que atañen al desarrollo de México. Si las fuerzas políticas que tomaron las riendas del país a partir de 1982, fueron las que se sumaron en torno a un diferente proyecto de nación, y ésta nueva propuesta tiene puntos de coincidencia con las posturas ideológicas de los centros de educación superior privados de mayor presencia, seguramente no fueron ajenas a la elaboración y difusión de este nuevo programa, que redefinió en su totalidad el rumbo del desarrollo nacional. "El proyecto neoliberal, que tomó la hegemonía en la gestión del Estado, vino a imprimir cambios en materia política, económica y cultural, que surgieron de una concepción muy clara de las condiciones de la nación y de la propuesta de país de algunos grupos sociales interesados en darle una dirección y contenidos propios."<sup>28</sup> Hoy, estas universidades privadas también buscan dar una respuesta al cambio cultural que éste nuevo proyecto demanda, y del cual forman parte la educación y los procesos de la comunicación.

A principio de los años noventa, se intensificó el interés de las universidades privadas por contar con, o acceder a, medios de comunicación masiva que les permitieran llegar a capas más amplias de la población. Durante años, las universidades particulares se habían mantenido alejadas de la participación en los medios de comunicación y su presencia informativa era muy ocasional. Se habían logrado desarrollar interesantes experiencias de comunicación interna, y en algunos casos, se

<sup>28</sup> CORDERA, *op. cit.*

crearon medios impresos de alta calidad en contenidos y forma.

Esta situación sufriría un impacto radical debido a dos factores: por una parte, se incrementó rápidamente el número de universidades privadas que impartían carreras de comunicación con una fuerte orientación hacia la capacitación técnica; y, por otra parte, la participación política de nuevos partidos en la contienda electoral, provocó el involucramiento abierto de muchas instituciones educativas particulares. En contraste con la tradicional participación de las universidades particulares en foros públicos para condenas morales y campañas cívicas, las autoridades y miembros de la comunidad se sumaron a los procesos políticos de nivel nacional y local. En algunos casos, las universidades privadas se convirtieron en "punta de lanza" para la conformación de comités y grupos de apoyo a candidatos y líderes de la oposición. En otros, la demanda de los estudiantes abrió los campus a los candidatos de diferentes partidos en busca de opiniones plurales.

La sociedad había cambiado y buscaba puntos de apoyo para sus proyectos de nación, en consecuencia, si las universidades públicas se habían convertido en base juvenil para los partidos de izquierda, las facciones conservadoras se acercaron a las instituciones privadas. De esta manera, la actividad de las universidades particulares se puso en la línea de interés del resto de la sociedad: lo que acontecía en su interior tenía una estrecha relación con la realidad de nuestros días. Los medios de comunicación comenzaron a tomar en serio la opinión de los universitarios de estas instituciones y, en consecuencia, las demás actividades desarrolladas por ellos.

Las más importantes universidades privadas del país fueron reconocidas por su peso académico y científico y sus miembros comenzaron a ser buscados como alternativa de información. No podía ser de otra manera: si en el nivel más alto del liderazgo nacional tanto político como empresarial se encontraban los egresados de las universidades privadas, sus principios ideológicos, filosóficos y técnicos tenían que haber sido inculcados en esos centros educativos. En consecuencia, era de reconocerse el valor

del pensamiento que allí se desarrollaba.

La búsqueda de información por parte de los medios de comunicación, se convirtió en un aspecto importante de las universidades privadas que las llevó a profesionalizar y orientar mayores recursos en sus oficinas de prensa y áreas de comunicación institucional. Las universidades privadas incrementaron la difusión de su trabajo académico con el fin de obtener el reconocimiento social como centros formadores de los líderes políticos y económicos del país.

Habría que tomar en cuenta aquí, que estas instituciones subsisten por tres vías de apoyo fundamentales: los ingresos obtenidos por colegiaturas, las donaciones de personas, grupos o fundaciones y la venta de servicios adicionales. En consecuencia, la información generada por las universidades privadas de alto nivel, rebasó las necesidades de una campaña publicitaria para reclutar estudiantes. La imagen de una institución de excelencia, garantía para la formación de jóvenes líderes capacitados para ingresar a altos niveles de dirección en cualquiera de las carreras que imparte, podía traducirse en más y mejores apoyos. Es decir, ya no se trataba de conseguir nuevos estudiantes, sino de demostrar a los benefactores de la institución y a todos aquellos interesados en su proyecto educativo, que sólo asegurando la existencia de estas instituciones, se garantizaban los cuadros necesarios para la conducción del país.

En el cumplimiento de esta tarea, se implementaron nuevos y cada vez más sofisticados recursos de comunicación en las universidades e institutos privados. De hecho, algunas de estas universidades comenzaron a incursionar en el uso de señales de telecomunicación, sistemas de televisión con señal abierta y restringida, o redes de información digital por fibra óptica. La universidad incursionó en el empleo de tecnologías de alto nivel. Tradicionalmente las pautas de desarrollo hacia el futuro, habían sido marcadas por la universidad pública, en la actualidad y, cuando menos en el campo de los sistemas de información y comunicación de frontera, las universidades privadas comienzan a reñirle el puesto.

## La televisión educativa y cultural en México

### La comunicación y la televisión universitaria

Televisión universitaria es, en principio, la que se produce en las universidades, afirma Delia Covi correctamente. Sin embargo, no es posible inferir, como lo hace la autora, que en tanto existen universidades públicas y privadas, se pueden considerar las mismas diferencias para la televisión universitaria, "tal como se ha separado a la televisión pública de la privada".<sup>29</sup> La argumentación de que estas instituciones cumplen "las mismas funciones, pero (...) desde principios culturales e ideológicos distintos",<sup>30</sup> no es suficiente para asumir que las producciones para la televisión que generan una u otra puedan ser calificadas como de carácter público o privado. Al interior de una sola institución, sea pública o privada, conviven corrientes de pensamiento y se confrontan grupos de las más diversas tendencias, que son garantía -en el mejor de los casos- de una rica cultura política y una gran heterogeneidad de mensajes.

En consecuencia, reconocemos una sola televisión universitaria, cuya única diferencia radica en la calidad. La televisión universitaria no puede definirse a partir de categorías, valores y requisitos de forma o contenido, pues cuando se pretende determinar este tipo de normas, se corre el riesgo de censurar sus contenidos, establecer tendencias o limitar su creatividad, riqueza y espontaneidad.

Desde este punto de vista, las características que plantea Covi para la televisión universitaria pública, deberían ser las mismas para la televisión cultural del país, de la que forma parte la producción televisiva de las instituciones de educación superior: "comprometida con la responsabilidad que encierra el conocimiento al propiciar la

<sup>29</sup> CROVI Druetta, Delia María. "La televisión en las universidades públicas". En TOUSSAINT Alcariz, Florence (Coordinadora). *¿Televisión pública en México?*. México: CONULTA, 1993. pg. 65

<sup>30</sup> *Idem*, pg. 65

transformación de la realidad y la conciencia crítica (...) orientada hacia el mejoramiento de la sociedad. Es por lo tanto, una televisión que debe ser responsable, crítica y con contenidos que reflejen la diversidad y pluralidad del saber universal. Será también una televisión que permita la creación y experimentación estética, como base para la superación y enriquecimiento del lenguaje que le es propio. Además de responsable, crítica, plural, creativa y experimental, la televisión (...) tendrá que ofrecer a la sociedad un verdadero servicio al difundir la cultura, la ciencia y la tecnología.<sup>31</sup>

La televisión universitaria, sin embargo, también puede caracterizarse por la función que cumple al interior de las instituciones, con relación al destinatario de sus mensajes. Para esquematizar el espacio de cobertura de la televisión universitaria distinguiremos tres diferentes tipos de públicos de interés: El primer círculo de comunicación, lo ocupa el público propio -que vive una situación de pertenencia con la institución-, al cual corresponde el empleo de recursos de comunicación que apoyan a la investigación, a través del registro o la documentación, y a la educación escolarizante.

El segundo círculo de comunicación corresponde a los públicos perimetrales -que se identifican por ser externos a la institución aunque se comportan con interés hacia ella-, a este nivel corresponden los recursos de apoyo a la educación informal que, aunque se desarrolla en forma organizada y sistemática, se imparte extramuros o a distancia.

El tercer círculo es el de los públicos externos -formado por una audiencia anónima a la cual, por diversos motivos, es necesario motivar o impactar-, al que se atiende a través de los medios de difusión masiva. Su campo de instrucción carece de un espacio físico determinado, así como de estructuras y sistematización. reconocimiento formal o seguimiento.<sup>32</sup>

A éste último círculo de comunicación se dirige la televisión

<sup>31</sup> *Idem.*, pg. 66

<sup>32</sup> *Idem.*, pg. 67

universitaria, a través de los recursos de la divulgación del conocimiento. Pero al carecer de canales de transmisión, en su mayoría las universidades han tenido que recurrir a las empresas públicas y privadas de televisión. Exceptuando las tres instituciones de educación superior que cuentan con permisos de transmisión, las universidades que han incursionado en la televisión han tenido que negociar por su lado la asignación de espacios en los sistemas de televisión.

De hecho, ha sido la televisión cultural la que ha brindado mayor acceso a las instituciones educativas de nivel superior. Por desgracia el marco de referencia, en cuanto a televisión cultural se refiere, es enormemente reducido en el país. Se puede afirmar que únicamente el Canal 11 y el Canal 22, ambos de la ciudad de México, cumplen con una programación y una tarea informativa de esta naturaleza.

Por su parte, los 22 sistemas regionales de radio y televisión creados en las diferentes entidades del país con apoyo y a iniciativa de los gobiernos de los Estados, se convirtieron en impulso fundamental para el desarrollo de la televisión universitaria pues, por sus condiciones y cercanía, vieron en las instituciones de educación superior una fuente natural de información y programación. Debido a que las televisoras regionales no responden a un solo esquema, pues su política se establece por diferentes instancias de acuerdo a su ubicación en la estructura del gobierno local, la relación entre los sistemas y las universidades se forma de acuerdo al tono político del momento.

La participación de las universidades públicas en la televisión gubernamental, se hace posible por la capacidad de negociación de cada institución con las direcciones de cada canal, o por la coyuntura legal que les permite insertarse en el esquema de servicio obligatorio que dichos canales deben brindar a los diferentes organismos del sector público. Tal es el caso de la Universidad Nacional, que accede a los espacios de carácter fiscal a los cuales tiene derecho el Estado en la televisión concesionada.

La extensión de la acción de la universidad mas allá de su espacio

natural a través del empleo de los medios de difusión, le planteó un serio problema de contenidos a las instituciones, pues las obligó a definir un modelo de universidad y un modelo de país, pues la cultura universitaria es, finalmente, parte de la cultura nacional. La universidad como institución generadora de conocimientos, debió asumir determinadas posturas ideológicas para obtener una explicación de la realidad y los fenómenos que en ella se presentan.

En estas condiciones no es posible considerar a la televisión realizada por las universidades, como "producto del espacio de privilegio donde se crea el saber universal", pues -en no pocos casos-, ha sido objeto del juego de intereses que se presentan en cualquier otro medio de comunicación social. Las universidades han debido tomar en cuenta la situación política y las inevitables cargas ideológicas de los medios de difusión a que tienen acceso, tanto para los casos de la política regional como de la situación general del país.

Si la comunicación, en principio, se establece con el fin de influir en el receptor, las universidades orientan al producir determinado tipo de conocimientos y distribuir en la población una particular forma de percibir y analizar al individuo y su entorno. Pero, en tanto que conjunto de individuos, cada universidad responde de manera diferente, de acuerdo a los vínculos que como institución ha establecido con los grupos de poder que les dió origen o que las mantiene.

### **La televisión educativa, cultural y universitaria**

En la actualidad, la televisión vinculada al video, a la computación o a la telemática, dentro de las nuevas tecnologías y supercarreteras de la información, ha establecido lazos estrechos con la educación, tanto para superar problemas de calidad, oferta, demanda y equidad en la instrucción, como para resolver necesidades de información institucional.

orientación escolar y comunicación administrativa.

Con todo lo que han crecido estos recursos al interior de las universidades, el desempeño de las tareas de difusión y extensión a través de la televisión, se enmarca dentro de las relaciones que las instituciones establecen con la televisión educativa y cultural principalmente y, en mucho menor medida, con la televisión comercial.

La televisión educativa mexicana -sea en educación formal, no formal o informal- tiene un antecedente de más de treinta años. Sus primeras experiencias como televisión escolar se remontan a fines de los años cincuenta e inicios de los sesenta. Su crecimiento está marcado por tres características fundamentales: 1) el Estado fue -y continúa siendo- la instancia que le dió impulso, desarrollo y continuidad; 2) siempre se la ha considerado como un medio de difusión para la instrucción de grandes públicos, pero invariablemente como apoyo complementario e instrumento pedagógico del proceso de enseñanza-aprendizaje, y 3) desde su origen estuvo incorporada a la esfera institucional de la televisión cultural.<sup>33</sup>

Tres momentos históricos definen a la televisión educativa mexicana. Primero, la creación en 1946, de la Dirección General de Educación Audiovisual y Divulgación de la SEP, que fue la encargada de producir, adquirir y distribuir materiales educativos audiovisuales y, en especial, de radio y televisión. Segundo, la transmisión en directo, realizada por el ingeniero Guillermo González Camarena en 1948, de una intervención quirúrgica en vivo, desde el Hospital Juárez en la Ciudad de México.<sup>34</sup> Tercero, la aparición en México, en 1959, del primer canal de televisión VHF de carácter cultural y educativo: XEIPN Canal 11, del Instituto Politécnico Nacional.

<sup>33</sup> Todas las referencias a televisión educativa corresponden al documento: **La televisión educativa en México**. SABAU García Pedro y OJEDA Castañeda, Gerardo. Enero-mayo de 1995, México. D.F.

<sup>34</sup> Todas las referencias a televisión universitaria, corresponden a los siguientes documentos: CHAGOYAN García, Benjamín, *et. al.*, **Videografía de la televisión universitaria**. Tesis para obtener el título de licenciado en Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. México. 1989; el documento anteriormente citado, y **Origen del canal 53**. HERNANDEZ Venegas, Juan E. Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica. Universidad Autónoma de Nuevo León.

Entre otros aspectos relevantes, destaca también la creación, en 1956, del Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE) y el surgimiento del sistema de telesecundarias como transmisiones experimentales en circuito cerrado en 1966. Dos años más tarde, a través del canal 5 de Telesistema Mexicano, iniciaron las transmisiones regulares de telesecundaria en la Ciudad de México y en siete Estados más. A cargo de la Dirección de Medios Audiovisuales de la SEP, este sistema de teleeducación abierta se convirtió en el más popular y de óptimo nivel académico.

El 6 de agosto de 1969, el Diario Oficial de la Federación publicó el acuerdo que integró a 37 canales distribuidos en todo el país, a la Red Federal de Estaciones Oficiales de Televisión. El mismo acuerdo asignó a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes la responsabilidad para operar la red, con la instrucción de difundir programas culturales, educativos, instructivos y de capacitación. La ampliación de la cobertura de la televisión pública vino a darle un gran impulso a la televisión educativa.

La presencia del Estado en las frecuencias de televisión, se incrementaría nuevamente en 1970, cuando el gobierno decretó la ejecución de los proyectos para la creación de Televisión Rural (TRM) en el territorio nacional. El propósito era ampliar la cobertura de la televisión pública, para llevarla a las zonas rurales. Con este fin se le confirió atribuciones a la Comisión de Radiodifusión, para producir y promover la transmisión de programas de orientación social, cultural, cívica y de interés económico general.

A partir de 1971, el Centro para el Estudio de Medios y Procedimientos Avanzados de la Educación (CEMPAE), en coordinación con diversas instituciones educativas públicas y privadas, desarrolló una interesante experiencia de televisión educativa, que desde sus inicios se abocaría al uso de la televisión para el bachillerato abierto.

En 1972, al transformarse TRM en Televisión Cultural de México

(TCM) y en Televisión de la República Mexicana (TRM) en 1977, la televisión pública sufrió un nuevo cambio, con más de 120 repetidoras vía microondas en todo el país.

No habían transcurrido diez años su fundación, cuando la telesecundaria, para 1975, ya atendía a más de 40 mil alumnos de comunidades rurales o urbanas marginales principalmente. Fue en aquel año cuando la instancia responsable de los programas se transformó en Dirección General de Medios Audiovisuales, Didácticos y Culturales (MADYC).

En 1976, el Gobierno Federal constituyó la Productora Nacional de Radio y Televisión (PRONARTE) con el fin de enfrentar los requerimientos de programación necesaria que le permitieran aprovechar el 12.5% del tiempo oficial otorgado al Estado por las radiodifusoras y televisoras concesionadas en el país, y surtir de emisiones culturales a la programación de TRM.

Fue precisamente en la década de los años setenta y hasta los ochenta, que se implementaron, a través de TRM y con la colaboración del Centro Nacional de Productividad CENAPRO (que contaba con una de las mejores infraestructuras de esa época para la realización de video para televisión), dos significativas experiencias de televisión educativa: la capacitación agropecuaria campesina y rural para mejorar la producción en el campo, y la capacitación industrial de oficios.

Durante aquellos años, TRM realizó dos series televisivas dirigidas a apoyar las campañas nacionales de Educación para la Salud y de Planificación Familiar, y produjo además una serie piloto de 105 programas para la educación superior y la actualización médica sobre temas como genética, nefrología, pediatría, etc., que fueron usados como materiales curriculares por algunas universidades del país.

A principios de los ochenta se desarrolló el proyecto de Teleprimaria con el objeto de alfabetizar a la población que no tenía acceso al sistema educativo formal, y de apoyar a la educación primaria escolarizada. El proyecto se implementó como recurso adicional para contrarrestar el ascenso de la lucha magisterial que afectó a

gran número de Estados de la República con sus movimientos de huelga.

Parte de este mismo proyecto fue la serie de programas de Primaria Intensiva para Adultos, implementada por el Instituto Nacional de Educación para Adultos (INEA). Con la misma temática se generaron varias producciones de televisión por parte de la SEP que fueron transmitidas por Canal 11, como apoyo audiovisual para los profesores de primaria.

Entre 1983 y 1989, la SEP buscó impulsar la televisión educativa con proyectos estratégicos como el de "Apoyo a la educación a través de los medios masivos de comunicación" y el "Sistema Nacional de Orientación Educativa", que propiciaron la creación de diferentes series radiofónicas y de televisión sobre la divulgación del conocimiento científico y tecnológico, la difusión de la cultura, programas infantiles educativos, y el entretenimiento.

A partir de los años ochenta e inicio de los noventa, la telesecundaria vivió diferentes transformaciones cualitativas y cuantitativas: se modificó el tratamiento audiovisual, informativo y pedagógico de los casi tres mil programas producidos; se desarrollaron otras modalidades como la Secundaria Intensiva de Verano y la Intensiva para Adultos y, finalmente, se amplió la cobertura y recepción matinal y vespertina de la señal televisiva con el fin de cubrir a toda la República. La responsabilidad de esta programación se dividió entre la Unidad de Telesecundaria (UTS) y la Unidad de Televisión Educativa y Cultural (UTE) que a partir de 1989 se conoce como Unidad de Televisión Educativa (UTE).

Una iniciativa importante de la SEP para la televisión educativa, fue el proyecto EDUCOM de 1992, que pretendía crear -con el apoyo del Banco Mundial-, un canal nacional vía satélite o una red de microondas con repetidoras UHF, que ofreciera una amplia programación para todos los niveles escolares y que, sobre todo, apoyara a los profesores. La idea era que profesores y alumnos pudieran incorporar las nuevas tecnologías de información como la computación, el teletexto, el video interactivo o la

telemática, al proceso enseñanza-aprendizaje.

En la primera fase del proyecto EDUCOM se entregaron cientos de televisores con decodificador de teletexto integrado, antenas parabólicas y videograbadoras, entre otros equipos, en diferentes Estados del país. Aunque el proyecto se canceló en 1993, se logró formar una incipiente pero creciente infraestructura de televisión y recepción satelital en algunos centros de educación tecnológica y de educación superior.

Para 1995, la señal de la Telesecundaria se transmite simultáneamente a través de cuatro vías de difusión diferentes: el Canal 9 de Televisa (en tiempos oficiales) cubre la zona metropolitana de la Ciudad de México, y el Canal 7 de Televisión Azteca, la red nacional. Por otra parte, la señal enviada por el Canal 10 del Satélite Morelos II y la señal comprimida del Canal 17 del satélite Solidaridad I, cubren a todo el país y a una parte de América Latina durante todo el día.

Entre 1994 y 1995, la SEP implementó el desarrollo de los proyectos Centros Siglo XXI para la incorporación de nuevas tecnologías de información en las tareas docentes, y EDUSAT para la transmisión vía satélite (Solidaridad I) de una señal digital comprimida formada por seis canales de televisión y tres de radio, para México y América Latina. De igual manera se iniciaron las transmisiones de la señal de la UTE en el canal digital 1, del transpondedor 5.

En el proyecto EDUSAT participaron los 22 sistemas de televisión regionales miembros de la Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales, al establecer un convenio por medio del cual la UTE les hizo entrega en comodato de la antena parabólica y el decodificador para captar la programación de la telesecundaria, y las televisoras se comprometieron a ceder el tiempo para su retransmisión.

Este proyecto educativo se enriqueció con la transmisión de teleconferencias y diplomados, principalmente en el campo de la tecnología educativa y la telemática, en los que participan universidades públicas y privadas, y otros centros de

enseñanza de nivel superior.

Haciendo un recuento de lo que ha sido el desarrollo de la televisión cultural en el país, podemos decir que en los últimos diez años, la llamada televisión cultural mexicana se ha convertido en el eje de la televisión educativa y universitaria, y en una opción con calidad en el espectro de la programación televisiva nacional. Entre los factores que coadyuvaron a lograr esto, se encuentran el mejoramiento progresivo de la programación y señal televisiva del Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional (IPN) y el crecimiento de sus índices de audiencia; la relativa presencia del Canal 9 de Televisa entre 1983 y 1990; la importante realización de series y programas en centros productores como la UTEC; la creación en 1990 de la Unidad de Producciones Audiovisuales (UPA), y la creación del Canal 22 del Consejo para la Cultura y las Artes (CNCA) en 1993.

Pero el mejor ejemplo de televisión cultural del país ha sido sin duda el del Canal 11 del IPN que, durante toda su existencia y a pesar de los cambios políticos y administrativos que ha sufrido, se ha mantenido en la búsqueda y la experimentación de diferentes modelos de televisión pública y cultural. Estas experiencias, si bien han implicado serios errores, también han propiciado importantes aciertos.

El Canal 11 se fundó de acuerdo al decreto que establece su creación publicado en el Diario Oficial el 2 de agosto de 1969, con el propósito de producir y transmitir "programas educativos, culturales y de orientación social".<sup>35</sup> El documento establece que la operación técnica correrá a cargo de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y que su programación recaerá en la Secretaría de Educación Pública, a través del Instituto Politécnico Nacional.

La programación de Canal 11 se orientó muy pronto hacia las emisiones de carácter cultural y de servicio público, con la difusión de noticieros.

<sup>35</sup> GRANADOS Chapa, Miguel Ángel. "La televisión del estado: En busca del tiempo perdido". Revista *Nueva Política* México: Nueva Política, julio-septiembre 1976. Vol. 1, No. 3, pp. 225

documentales, programas de promoción institucional, de divulgación de la ciencia y la tecnología, infantiles, de orientación social y familiar, así como relativos a las diferentes manifestaciones artísticas y a las expresiones de la cultura popular.

La permanente carencia de recursos financieros y la falta de equipamiento e instalaciones adecuadas de transmisión y producción, característicos del Canal 11 durante una larga temporada, lo llevaron a superar su escasa presencia en el rating metropolitano, con la aplicación de nuevas estrategias de financiamiento. A partir de 1991, el Canal 11 emprendió una profunda reestructuración administrativa y de su planta de producción, adquirió interesantes series extranjeras y mejoró radicalmente sus condiciones técnicas. En la actualidad transmite entre 15 y 16 horas diarias una programación conformada por un 60% de material extranjero y un 30% de programas de producción propia. Aunque ya cubría a todo el país con su señal por satélite, a partir de 1993 su presencia se incrementó sensiblemente al insertar su señal en los sistemas locales de televisión por cable.

En 1983, Televisa reestructuró los contenidos de su canal 8 de cobertura metropolitana, para responder a indicaciones expresas del Gobierno Federal, como ensayo económico, y con el fin de amainar la campaña de críticas que había recibido en aquellos años con respecto a la calidad de su programación. El Canal 8 -que en el '84 pasó su frecuencia al 9- ha sido la única propuesta de corte cultural implementada por una empresa privada en el país. El proyecto, sin embargo, resultó una alternativa de entretenimiento respetuosa de los criterios que sustentan a la televisión comercial.

En 1993, con la aparición en UHF del Canal 22 del Consejo para la Cultura y las Artes, la televisión cultural del país adquirió un nuevo impulso. Su novedosa y, sobre todo, creativa programación, captó la atención de un público ávido de alternativas en la televisión. Enlazado por vía satélite a los sistemas locales de televisión por cable, el Canal 22 se convirtió en el segundo canal cultural nacional.

La conjunción y transmisión de lo mejor del catálogo de programas culturales de la empresa Moritz, de la televisora cultural pública franco alemana ARTE y de la canadiense TV-QUEBEC, así como la adquisición de programas de las diferentes televisoras públicas del mundo, como BBC, ANTENNE 2, RAI, NHK, TVE 2, TV CANADA y TV ONTARIO, ha hecho que muchos televidentes se olviden de los viejos y maltratados documentales de los servicios culturales de las embajadas en México.

El Canal 22 cuenta con una producción propia muy reducida, fundamentalmente porque carece de una planta de producción suficiente, de suerte que sus 10 horas diarias de programación están conformadas principalmente por producciones extranjeras. Entre su programación doméstica se encuentra un noticiero cultural diario y algunos sobre la cultura y la producción artística mexicana, realizados por productoras independientes. También transmite programas producidos por algunas universidades públicas y privadas, y por organismos estatales como el FONCA, el CNCA, el INBA y el INAH.

La proliferación y expansión de la televisión privada internacional vía satélite, fortaleció el gusto e interés por la televisión cultural, de un importante grupo de receptores. Inicialmente se incorporaron a este auditorio los sectores urbanos y de nivel económico alto y, posteriormente, sectores sociales medios de todo el país, a través de los sistemas de cable y señal restringida que tienen, de acuerdo al artículo 65 de su reglamentación, la obligación de "instalar y reservar, dentro de su sistema de televisión por cable, para uso exclusivo del gobierno federal, tres canales de televisión para los fines que éste señale".<sup>36</sup> Este espacio se ha ocupado para darle cabida a canales como el 11 y el 22 y, ocasionalmente, a canales públicos locales.

Abordaremos, en adelante, los aspectos más relevantes de la televisión y la producción de programas para la televisión, desarrollados en las instituciones de

<sup>36</sup>CROVI Drueta, Delia María. **La televisión por cable: el caso mexicano**. Cuaderno de Ciencias de la Comunicación No. 1, FCPS-UNAM, 1990, pg. 77

educación superior del país. El caso de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) es, seguramente, el más significativo de la televisión universitaria en el país. Fue en 1948, en el marco de una reunión de cirujanos, cuando la UNAM incursionó por primera vez en la televisión. Un año más tarde la universidad volvió a ser pionera con el empleo experimental de una señal de televisión a color. En ambas ocasiones, el responsable de llevar a cabo las transmisiones fue el ingeniero mexicano Guillermo González Camarena. El éxito de este nuevo recurso técnico llevó al Dr. José Castro Villagrana, Director de la Escuela de Medicina, a solicitar la construcción de un circuito cerrado de televisión, que sería destinado al apoyo de la enseñanza de la medicina.

En 1951 se iniciaron los trabajos de instalación del equipo, y al año siguiente se inauguró oficialmente el circuito cerrado de la Escuela de Medicina, por el entonces presidente Miguel Alemán Valdés. Ya en sus instalaciones de Ciudad Universitaria, la ahora facultad de Medicina y la de Odontología, instalaron nuevos circuitos cerrados de televisión.

Por su parte, el 4 de diciembre de 1965, la Universidad Autónoma de Sonora obtuvo del Gobierno Federal la autorización para ocupar una frecuencia de televisión en la banda de UHF, pero tuvieron que pasar tres años para que entrara en operación.

Durante la década de los años sesenta, la UNAM se dedicó a la producción de diversos programas culturales y de orientación vocacional, que eran realizados y transmitidos por los canales comerciales 2, 4 y 5. A principios de la década de los años setenta, durante la rectoría del Dr. Pablo González Casanova, se inició una nueva etapa de la televisión universitaria. Además de los programas que ya venía elaborando la Dirección de Difusión Cultural, desde las instancias de difusión de la propia rectoría, se llevaron a cabo algunos programas con el fin de incrementar la imagen institucional de la universidad.

Con la llegada de Guillermo Soberón a la rectoría, se creó la Dirección

de Divulgación Universitaria, que jugaría un papel importante en la televisión universitaria. En 1973, en las Facultades de Química y Medicina de la UNAM surgió el grupo DIDACTA, con el objetivo de desarrollar materiales audiovisuales de apoyo a la enseñanza. Fue en 1976 cuando la UNAM estableció un convenio con Televisa, con el fin de producir en sus instalaciones y de transmitir por sus frecuencias, diversas series de televisión.

En 1976 se establecieron nuevos convenios con la Fundación Cultural Televisa y con el Canal 13, para la transmisión de diversas series culturales. Pero fue en 1977, con el estallamiento de la huelga de los trabajadores que pedían el reconocimiento a un solo sindicato para administrativos y académicos (STUNAM) que, aprovechando dichos convenios, las autoridades universitarias implementaron una campaña de clases por televisión.

Superado el conflicto, la Dirección de Divulgación desplazó definitivamente a la Dirección de Difusión Cultural en la producción y transmisión de programas para la televisión. A partir de entonces, la UNAM mantendría con Televisa, de un modo sistemático, la transmisión de programas de divulgación sobre temas universitarios, científicos y culturales.

La experiencia del trabajo de televisión al interior de la universidad (sobre todo de apoyo a la docencia), que fue mantenida por DIDACTA, se convertiría en 1979 en el Centro Universitario de Producción de Recursos Audiovisuales (CUPRA). Durante estos últimos años de la década de los setenta y principios de los ochenta, comenzó a cobrar impulso la producción de videos de divulgación de la ciencia y la tecnología, a través del Centro de Divulgación de la Ciencia y el Taller de Cine Científico de la Facultad de Ciencias.

En 1984 se llevaron a cabo las primeras gestiones por parte de la Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica, de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), para crear una estación de televisión de carácter educativo, con el fin de apoyar

la instrucción de los estudiantes de la carrera de ingeniería de comunicaciones. En marzo de 1989 la UANL recibió el permiso para operar su canal de televisión en la banda UHF, con una potencia de 50 watts y un radio de 7 kms.

El Consejo del Sistema Nacional de Educación Tecnológica (COSNET), elaboró en 1985 una Guía de Material Audiovisual Educativo y Cultural en México, con el fin de "recopilar todas aquellas relaciones y catálogos sobre diaporamas, videos, audios, emisiones radiofónicas y filmes, con el objeto de ofrecer un conocimiento concreto sobre el material audiovisual educativo y cultural existente en el territorio nacional".<sup>37</sup>

En la Guía, que distingue como material educativo al material audiovisual de apoyo didáctico para la enseñanza, capacitación y/o investigación de los organismos educativos, y como material de difusión, promoción y divulgación a los productos culturales generados por actividades artísticas, científicas y sociales, se encuentra una muestra clara de la enorme carencia de productos de divulgación, y de la falta de centros de producción en las universidades y en el resto de instituciones educativas.

En la década de los años ochenta, en las universidades se reorientó la función de los materiales de apoyo académico para los sistemas de enseñanza abierta, y se impulsó fuertemente la creación de producciones para la divulgación de los resultados de las actividades de investigación y docencia. En 1987, en un documento de evaluación sobre la problemática de la difusión y la extensión universitarias, la ANUIES identificó las fallas de los recursos de difusión en los siguientes puntos: la pobreza en el manejo de contenidos y formatos, la poca atención a la comunidad universitaria y en particular a los estudiantes, la carencia de vínculos con la sociedad, la escasez de audiencia para los productos universitarios, la falta de proyectos definidos y el desconocimiento de las necesidades de la población.

<sup>37</sup> OJEDA Castañeda, Gerardo. **Guía del material audiovisual, educativo y cultural en México**. México: COSNET, 1985.

En otro apartado del mismo documento se llamó la atención sobre las condiciones legales de los medios permitidos dentro de los cuales actúan la radio y la televisión universitarias; la carencia o atraso tecnológico de las estaciones universitarias y la escasez de espacios de exhibición para la televisión universitaria.

En el mismo período, la Dirección de Divulgación y el CUPRA de la UNAM, se fusionaron para formar una Dirección General de Televisión Universitaria. Con una gran infraestructura inmobiliaria y tecnológica, y con mayores recursos para incrementar el número de producciones, TV UNAM llevó adelante un ambicioso plan de cobertura de espacios en las televisoras públicas (Canal 7 y 13), en los sistemas estatales de televisión, y en los canales privados, a través de los tiempos oficiales de RTC.

Con la aparición, en los mismos años ochenta, de los sistemas estatales de radio y televisión, y la adquisición de equipos de video por parte de las universidades, se incrementó el número de programas de televisión universitaria en las pantallas. Entre las universidades que incursionaron -o aún participan- en estos espacios, se encuentran la de Querétaro, Hidalgo, Tlaxcala, Nuevo León, Veracruz, Estado de México, y San Luis Potosí, entre otras. Con este motivo y producto de la proliferación de experiencias en el campo de la televisión y el video, las universidades públicas, a instancias de la ANUIES, formaron la Red de Televisoras Universitarias.

En el mes de septiembre de 1988, TV UNAM inició la transmisión de algunos de sus programas por el satélite Morelos I y II. Con esto colocó a las universidades en la frontera de la comunicación. Paralelamente conformó una red intrauniversitaria de video en la que participan diversas instancias con diferentes recursos, experiencia y objetivos de producción de materiales. Es el caso de las facultades de Comercio y Administración, Ciencias Políticas, Arquitectura, y del Sistema de Universidad Abierta, entre otros.

En 1989, el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), implementó el sistema de Educación Interactiva por Satélite (SEIS)

que aplicó los recursos de la tecnología de telecomunicaciones para la transmisión de cursos a nivel profesional y de educación continua. El proyecto, que surgió para atender los diversos campus del Tec en distintos estados de la república, pronto comenzó a extender sus servicios a otras instituciones educativas públicas y privadas.

En junio de 1991, la Universidad de las Américas-Puebla comenzó a participar en las frecuencias de la televisión, con un programa semanal transmitido por el Canal 11 del IPN. Dos años más tarde ya participaba en las frecuencias de un número importante de televisoras regionales, y en 1994 estableció convenio para la coproducción y transmisión de programas de televisión con el Canal 22 de la Ciudad de México. En este último año, otra universidad privada poblana, la Universidad Popular Autónoma de Puebla (UPAEP), instaló uno de los estudios de televisión mejor equipados entre las universidades y, en 1995, estableció un convenio para la transmisión de sus programas, con el canal confesional por cable Claravisión, que se transmite desde la ciudad de Toluca.

En aquel 1995, se conformó la Red de Radiodifusoras y Televisoras Públicas y Culturales, que aglutinó a todos los sistemas estatales e incorporó, como miembros honorarios, a la Universidad de Guadalajara y a la UDIA-P. En ese año, la ANUIES, en el documento de Actualización del Programa Nacional de Extensión de la Cultura y los Servicios, incluyó un apartado sobre el Subprograma Nacional para el Mejoramiento de TV y Video de las Instituciones de Educación Superior. En dicho documento se reconocía el impacto y desarrollo que la tecnología del video había tenido en las universidades, como apoyo a las funciones de docencia, investigación y extensión.

Como aporte, en el documento se distingue a la televisión del video, como dos medios que guardan estrecha relación y comparten sus bases tecnológicas: "El video es el medio de producción; es la manipulación o registro o reproducción de imágenes y sonidos por procedimientos electromagnéticos, de manera sincrónica y simultánea; en tanto que la televisión es el medio de transmisión sincrónica de imágenes

y sonidos de recepción simultánea, medio de distribución e información unidireccional".<sup>38</sup>

El documento reconoce que a pesar del nivel de avance de las universidades en el empleo de la televisión y el video, aún no se logra un desarrollo sistemático y coherente con las necesidades institucionales debido, sobre todo, a problemas de orden económico, de falta de equipo, de carencia de marcos referenciales, de limitada producción y difusión, de falta de especialización del personal y de ausencia de políticas claramente establecidas.

Dicho documento fue dado a conocer en el mes de septiembre de 1995, durante la reunión de la Red de Televisoras Universitarias llevada a cabo en la ciudad de San Luis Potosí. La participación de todas las universidades públicas, un número importante de institutos tecnológicos y cinco universidades privadas en el evento, concretó un esfuerzo de cuatro años de la ANUIES para aglutinar al mayor número de instituciones en torno a un proyecto de empleo de los recursos de la televisión y el video.

En la misma reunión fueron transformados los estatutos de la Red, para poder integrar a todas las instituciones de educación superior, pues en su clausulado original únicamente se consideraban a las universidades públicas. Esta medida permitió a la ANUIES avanzar en la aplicación de su política de apertura e incorporación de un mayor número de instituciones, como las universidades privadas y los institutos tecnológicos. Paralelamente, el Fondo para el Mejoramiento de la Educación Superior (FOMES), que asigna partidas especiales para proyectos específicos a través de la SEP, con la mediación de la ANUIES, amplió la entrega de fondos destinados a la extensión, hacia el equipamiento, la producción y la capacitación en el campo de la televisión y el video.

<sup>38</sup> Actualización del programa nacional de extensión de la cultura y los servicios. Documento aprobado en la XXVI Asamblea General Ordinaria de la ANUIES, Julio de 1995, pg. 26

De estos recursos, sin embargo, únicamente pudieron beneficiarse las universidades públicas, pues tanto los institutos tecnológicos como las universidades privadas, a pesar de ser miembros de ANUIES, se encuentran excluidos de esta política de asignación de recursos. En opinión de algunos funcionarios de la UDLA-P,<sup>39</sup> esta medida estaba orientada a resarcir el atraso en el que han caído las universidades públicas en materia de recursos de comunicación de punta, como la televisión y el video, con el fin de modernizar su tecnología educativa, y de adicionarles recursos técnicos para la difusión de una mejor imagen.

### **La televisión universitaria entre el interés y el servicio público.**

A pesar de los graves y múltiples problemas económicos, sociales y educativos, de acuerdo con datos hasta 1995, México cuenta con una infraestructura televisiva muy importante: 575 canales privados de televisión; 29 canales estatales y 2 del dominio de la nación; 6 canales nacionales vía satélite y microondas; un sistema metropolitano y nacional vía satélite de señal comprimida de televisión codificada y pagada con 15 canales (MULTIVISION), y 124 sistemas de TV por cable en las 93 principales ciudades del país. Además, casi 16 millones de hogares cuentan con un aparato de televisión, cuya suma excede los 78 millones de telespectadores que conforman una audiencia diaria promedio de entre 3 y 4 horas. Se calcula que el 50% de la programación que se transmite por los televisores en México es de origen extranjero y que el 50% correspondiente a la producción nacional se divide en 6 programas de entretenimiento, 3 informativos y 0.8 educativos y culturales de cada 10.<sup>40</sup>

<sup>39</sup> Entrevista personal realizada en abril de 1995, con el Mtro. José Antonio Meyer Rodríguez, Director de Promoción y Comunicación Institucional de la Universidad de las Américas-Puebla.

<sup>40</sup> **La televisión educativa en México.** SABAL García, Pedro y OIEDA, Castañeda Gerardo, Unidad de Televisión Educativa, SEP, México, enero-mayo de 1995, pp. 1

Hasta nuestros días, nutrida con diversas adiciones y cambios expedidos en diferentes momentos y circunstancias, la Ley Federal de Radio y Televisión norma el uso de todas las frecuencias de televisión en el país.

La legislación en materia de medios de comunicación en México excluye el otorgamiento de concesiones a la sociedad civil, al tiempo que el poder legislativo se ha marginado en estas decisiones, a pesar de los foros de consulta que impulsaron la Presidencia de la República y la Cámara de Diputados en 1983 y 1995 respectivamente. Es el Poder Ejecutivo, mediante su ministerio correspondiente, el encargado de seleccionar entre los solicitantes, a los favorecidos con las concesiones. Como resultado, a lo largo de más de 35 años de vigencia de la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT), la mayor parte de las concesiones se han otorgado a empresas lucrativas y a un reducido número de instancias gubernamentales.

En los primeros cuatro artículos de la Ley federal de Radio y Televisión, se establecen las bases sobre las cuales se constituye el sistema jurídico de los medios electrónicos de comunicación. El Artículo 1º reivindica la propiedad originaria del espacio territorial en favor de la nación:

Corresponde a la nación el dominio directo de su espacio territorial y, en consecuencia, del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas. Dicho dominio es inalienable e imprescriptible.<sup>41</sup>

Desde sus inicios, este Artículo le otorgó a la nación el dominio directo del espacio territorial y del medio sobre el que se propagan las ondas electromagnéticas. En tanto que se trata de un bien limitado, se restringió el acceso a cualquier ciudadano interesado en usar una frecuencia. De tal manera, quedó en manos de las autoridades de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, la decisión para seleccionar y autorizar, "en función de la disponibilidad de frecuencias", la utilización de las ondas

<sup>41</sup> Ley Federal de Radio y Televisión. Contrato Ley de la industria de la Radio y la Televisión 1988, Reglamento interior de trabajo, México: Grupo ACIR nacional. 1988.

electromagnéticas a través de la radio y la televisión por parte de la sociedad.<sup>42</sup>

Lo que en principio respondió a la necesidad de regular para evitar la dispersión en el uso del espacio territorial y hacer prevalecer la equidad y el derecho en el empleo de frecuencias, se convirtió en un recurso de control del Estado sobre los medios, al asignar de manera arbitraria los permisos y concesiones de transmisión. Esta consideración quedó prevista por una secuencia lógica en el Artículo 2º de la Ley, que dice:

El uso del espacio a que se refiere el artículo anterior, mediante canales para la difusión de noticias, ideas e imágenes, como vehículos de información y de expresión, sólo podrá hacerse previa concesión o permiso que el Ejecutivo Federal otorgue en los términos de la presente Ley.<sup>43</sup>

De esta manera, el espacio para el empleo de frecuencias quedó reducido para la mayoría de la población, pero resultó muy holgado para un reducido grupo de ciudadanos privilegiados con la autorización para hacer de sus frecuencias lo que les viniera en gana. Por supuesto, en estas condiciones era obligación del Estado imponer observaciones en un catálogo de propósitos de unidad y armonía social. De ahí que en el Artículo 4º quedara establecido:

La radio y la televisión constituyen una actividad de interés público, por lo que el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social.<sup>44</sup>

De esta manera, la radio y la televisión quedaron clasificadas como asuntos de interés público, y no como lo que en realidad deberían ser: medios de servicio público. En consecuencia, la radiodifusión es el único tipo de explotación y uso, establecido como vía general de comunicación en el país, que no está legalmente

<sup>42</sup> VILLANUEVA, Ernesto. *El sistema jurídico de los medios de comunicación en México*. México: Triana-UAM, 1995, pg. 44.

<sup>43</sup> *Idem.*, pg. 44.

<sup>44</sup> *Idem.*, pg. 44.

reconocido como servicio público, sino como actividad de interés general.

Esto, además de romper con toda doctrina jurídica autorizada en la materia, prácticamente legitimó la adopción de un régimen de explotación comercial que consigna en favor de comerciantes, bienes del dominio público de la Nación. La Ley de Vías Generales de Comunicación en su artículo 7º permite interpretar que tienen el carácter de servicio público todos los usos y aprovechamientos en ella establecidos.<sup>45</sup>

La ambigüedad de ese concepto a menudo es manipulado por los concesionarios de la radiodifusión, para evadir el pago de impuestos de fisco estatales y contribuciones fiscales locales, y para desentenderse de cualquier responsabilidad con la sociedad, al considerar a la radiodifusión como una actividad de interés general y no como un servicio público, que es a lo que se refiere dicha norma.

Cremoux destaca el error provocado al introducir a la norma jurídica el concepto de interés público en lugar del de servicio público, como sucede en las legislaciones similares en otras naciones, y que se justifica por el papel que juegan los medios electrónicos en la sociedad contemporánea. Los legisladores consideraron que era necesario otorgarle a la radio y a la televisión la característica de interés público, debido a sus características intrínsecas y de operación, a la forma como se encuentra organizada y a los fines que a través de dichos medios se satisfacen.

La objeción sobre la naturaleza del servicio público de la radio y la televisión, está fundamentada en dos aspectos: por un lado, mediante el servicio público se satisfacen necesidades en forma particular y concreta, y por otro, el servicio público tiene por objeto la satisfacción de necesidades inaplazables.<sup>46</sup>

El argumento no tiene un sustento jurídico aceptable. En primer lugar, la prestación concreta y determinada de un servicio público es una de las modalidades de su aprovechamiento. En segundo término, la otra modalidad es la

<sup>45</sup>CREMOUX, Raul. *La legislación mexicana en radio y televisión*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, 1982, pg. 17

<sup>46</sup>*Idem.*, pg. 17

satisfacción de necesidades de una manera general e impersonal. En consecuencia, la radio y la televisión son un servicio público cuya prestación es concreta respecto de los anunciantes que contratan el tiempo de programación para hacer publicidad a sus artículos comerciales, y es general en relación con el público receptor de las emisiones.

La actividad de la radio y la televisión puede ser prestada, sin embargo, de manera total o general, cuando las emisoras carecen de objetivos comerciales. Con relación al argumento que indica que todo servicio público debe satisfacer una necesidad colectiva inaplazable, se observa que no aporta ningún criterio racionalmente válido para discernir el rango de apremio de las múltiples necesidades de la sociedad.

Resulta imposible determinar con claridad cuáles requerimientos de una comunidad deben ser atendidos con mayor prontitud, y cuáles pueden esperar, pues entran en juego variables como el grado de modernidad, la orientación del desarrollo económico y social, los intereses predominantes de clases, grupos o sectores que la componen, y otras más.<sup>47</sup>

Es evidente que, aunque el concepto fue objeto de argumentos "legaloides", en el fondo el Estado respondía a las exigencias de la televisión comercial, que apoyada en el peso que la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión había adquirido en la década de los años sesenta, se propuso cerrarle el paso a una figura jurídica que podía poner a los medios al servicio de la sociedad.

En resumen, el acceso a las concesiones de televisión quedó vetado para un amplio sector social en el que se incluyen las universidades. Los dos modelos de televisión que se implementaron en el país, el privado y el público, acapararon el espectro radioeléctrico. El Estado siguió el modelo de la televisión comercial como principal medida para la rentabilidad de los canales, y se alejó del esquema de televisión cultural, o educativa, o en otras palabras, de "servicio público", restringiendo el acceso de las instituciones sociales a sus frecuencias.

---

<sup>47</sup> *Idem.*, pg. 18.

En este contexto, las universidades no son reconocidas como instancias válidas para concertar una auténtica televisión pública, como la desarrollada por el Servicio de Radiodifusión Pública (PBS) de los Estados Unidos. Al respecto, Enrique Sánchez Ruiz afirma que los antecedentes directos de la televisión pública estadounidense fueron la radio y la televisión educativas, y que la obtención de los permisos de transmisión se logró a partir de iniciativas, movilizaciones y apoyos de grupos de la sociedad civil, antes que por decisiones gubernamentales.<sup>48</sup> En México, las solicitudes para operar canales de televisión por parte de las universidades no abundan, sobre todo si se comparan con el número de permisos concedidos para operar frecuencias radiofónicas.

Las condiciones en el aspecto jurídico no han cambiado, pero han sido rebasadas por el desarrollo tecnológico, que abrió nuevas posibilidades de uso de las frecuencias de transmisión a través de los sistemas por satélite, de la televisión de señal restringida y de la operación de sistemas de televisión por cable. A pesar de que, en cada caso, la regulación sigue imperando, el hecho de contar con la posibilidad de transmitir de manera directa a más bajos costos, ha ampliado las posibilidades de las organizaciones e instituciones sociales para pensar en el uso de canales propios. Hacia mediados de los años noventa, la caída en el precio de los transmisores de baja potencia y la facilidad para el empleo de señales digitales vía satélite, colocaron a varias universidades en la frontera de los recursos de transmisión para la atención de públicos específicos, y para hacer uso de la televisión abierta en pequeñas zonas.

<sup>48</sup> SANCHEZ, Ruiz, Enrique E. "Sociedad civil y comunicación: la televisión pública estadounidense". En TOUSSAINT Alcázar, Florence (Coordinadora). *¿Televisión pública en México?* México: CONACULTA, 1995, pg. 93

## La televisión en la Universidad de las Américas-Puebla

### La educación superior en Puebla y la universidad privada

El desarrollo de la región en la que se inserta Puebla, está inevitablemente ligada al contexto más amplio del desarrollo industrial y urbano seguido en el país. Se trata de un norte de gran dinamismo económico, con zonas agrícolas de explotación intensiva, altamente tecnificado e industrializado, y un sur atrasado, con altos índices de analfabetismo, tierras de temporal, atraso tecnológico y una planta industrial pequeña. Entre ambos se encuentra la región centro del país con una fuerte concentración urbana e industrial en el Distrito Federal y el Estado de México, y -en menor medida- los Estados de Puebla, Veracruz, Hidalgo, Morelos y Tlaxcala. Entre las siete entidades que constituyen la región, Puebla se ha situado como uno de los estados con más bajo índice de desarrollo, a pesar de que, del último lugar en 1940, pasó a ocupar el quinto en un lapso de treinta años. Este fenómeno se repite en el caso nacional con respecto a los 32 estados del país: Puebla pasó del sitio 28 en 1940, al 23 en 1970.<sup>49</sup>

El crecimiento poblacional de la entidad ha seguido el patrón centralización/dispersión de los asentamientos del país. Está ligado directamente a la evolución de la población en la ciudad capital, donde se concentra la actividad industrial como resultado de considerables inversiones en industrias y servicios realizadas en los últimos treinta años.<sup>50</sup> En los años que van de 1950 a 1990, Puebla pasó de ser una población mayoritariamente rural, a una predominantemente urbana, producto de la gran migración interna del campo hacia la zona metropolitana fundamentalmente. Esta

<sup>49</sup> En GENDREAU Maurer, Mónica, "Aspectos relevantes del desarrollo en el estado de Puebla y sus implicaciones en el quehacer universitario" Revista **Magistrallis**. México: Universidad Iberoamericana Cuicuilco Centro, julio-diciembre de 1994, No. 7 y CARRILLO Huerta, Mario M. **El desarrollo económico de Puebla 1981-1986** México: Marco Polo Editores, 1988.

<sup>50</sup> GENDREAU, *Op. cit.* p. 153.

concentración ha afectado la estructura del empleo, los servicios y la organización social. Durante la crisis económica del país vivida entre 1981 y 1986, los diferentes sectores de actividad sufrieron el impacto de la inflación y la caída en el poder adquisitivo, así como la reducción de la planta productiva.

De una población de 1'249,620 habitantes en 1940, la entidad pasó a conformarse por 3'877,485 en 1985. Este crecimiento se presentó acompañado por una redistribución de la población: arriba de la mitad de los habitantes se concentraron en los centros urbanos, fundamentalmente en la capital del Estado. El proceso de expansión de las ciudades tuvo un crecimiento paralelo con el incremento de la escolaridad, en virtud de que ambos procesos se imbricaron con las dinámicas de modernización e industrialización de la sociedad. La población migrante a las ciudades en busca de empleo, se constituyó en fuerte demandante de servicios educativos, ya que el nivel de capacitación se convirtió en el principal mecanismo de inserción en el mercado ocupacional moderno y, por ende, en la vía de movilidad social.

Con el mejoramiento de los niveles de salud y con una alta tasa de reproducción, la población creció significativamente, impactando al sistema escolar poblano. El crecimiento acelerado de la educación pública en el nivel básico de los años sesenta, se tradujo -veinte años después-, en la demanda de los jóvenes que comenzaron a ingresar al nivel superior, incrementando de manera explosiva la matrícula de la universidad. Ya para los años setenta, la educación superior pública poblana experimentó la expansión más abrupta y acelerada de toda su historia: entre 1970 y 1980, la matrícula de la licenciatura en el estado creció un 392%, tasa muy alta incluso para el promedio nacional que alcanzó el 343%.

Uno de los factores que contribuyeron a la expansión que sufrió la universidad pública, fue el crecimiento del bachillerato dentro de la estructura de las instituciones, con su consecuente impacto en la politización de sus comunidades, y la masificación y la burocratización académica y administrativa. La política de no restringir

el ingreso a la universidad para los egresados de las preparatorias, decretada durante el gobierno de Luis Echeverría, saturaron la capacidad de las instituciones con una seria repercusión en la calidad académica.

La ubicación estratégica de Puebla, entre el sureste del país y la Ciudad de México, propició la migración de un número significativo de jóvenes demandantes de ingreso a la universidad, que aceleró el crecimiento de la matrícula en el nivel superior, rebasando los promedios nacionales y los ritmos de expansión del propio aparato escolar de la entidad. En 1990, uno de cada doce estudiantes universitarios mexicanos se encontraba inscrito en una institución poblana. En estas condiciones, la universidad pública autónoma saturó en pocos años su capacidad de atención, y un número importante de egresados del bachillerato comenzaron a buscar otras opciones educativas. El nuevo carácter de la demanda estudiantil se expresó en la creciente preferencia de determinados estratos sociales por estudiar en alguna de las instituciones de educación superior privadas de Puebla y, en menor medida, en los institutos tecnológicos públicos. La demanda permitió que las universidades privadas con mayor calidad educativa crecieran, al tiempo que las instituciones privadas con carreras de licenciatura de bajo nivel académico y poca infraestructura, se multiplicaron.

Entre 1970 y 1990, como consecuencia del crecimiento de las instituciones privadas, Puebla conoció una importante transformación en la estructura de su oferta de educación superior. Mientras que en 1969 sólo contaba con dos instituciones que impartían educación profesional, para 1990 la cifra se incrementó a 23, lo cual la colocó entre las entidades federativas con mayor número de centros de educación superior del país. Este incremento, que vino a romper el monopolio detentado hasta entonces por la universidad pública, también se tradujo en la adopción de diversos modelos y proyectos educativos. Si el incremento de la demanda de estudios superiores propició el crecimiento del sistema educativo, el desarrollo económico y social de la entidad, y las propias posturas académico-políticas en el interior de las universidades.

alentaron tendencias hacia la diferenciación de las instituciones. En 1990 Puebla contaba con una universidad pública autónoma, 3 institutos tecnológicos y 19 universidades privadas, lo cual significa que, proporcionalmente, Puebla, junto con Jalisco y Nuevo León, presentó el mayor número de instituciones privadas.

La multiplicación de la oferta educativa privada, así como la tecnológica de carácter público, se manifestó en un conjunto de modificaciones en la estratificación social. El cambio más evidente fue la segmentación social que condujo a las familias de altos ingresos a las universidades privadas más caras y prestigiosas, y a los de estratos medios y bajos, a las instituciones públicas de nivel técnico y universitario. "El público estudiantil de las instituciones privadas, es generalmente el de grupos sociales de ingresos medios y altos que han abandonado a la universidad pública, cuyas familias tienen la capacidad económica para sostener las cuotas escolares (que, por lo demás, han pagado durante toda su trayectoria anterior en escuelas privadas de nivel elemental o medio), y sobre todo, conciben el gasto en educación como una inversión que reeditará más adelante con la obtención de empleos y status elevados (o, cuando menos, esa es la expectativa)".<sup>51</sup> El sistema de educación superior privado en Puebla captó a un público estudiantil con características sociales, económicas y culturales heterogéneas.

En 1970 ya se habían delineado los sectores que definirían la educación en Puebla. Por una parte, la Universidad Autónoma representaba el antecedente histórico más fuerte de la educación superior en la entidad. Por su parte, la entonces incipiente Universidad de las Américas, orientaba su desempeño a programas de estudio inspirados en la enseñanza liberal de estilo norteamericano, y más tarde, la Universidad Popular, surgida de una escisión político-académica de la universidad pública, cuya oferta educativa se articuló como modelo cultural tradicionalista de inspiración católica.

Se puede afirmar que todas las universidades que existen actualmente

<sup>51</sup> MORENO Botello, Ricardo y KENT Serna, Rollin. *La educación superior en Puebla 1970-1990*. México: Universidad Autónoma de Puebla, 1992, p. 13.

en Puebla realizan, de una u otra manera, algunas funciones de extensión y comunicación hacia la sociedad. Pero sólo las instituciones más desarrolladas han conformado instancias formales a su interior, encargadas de promover estas acciones de manera programada y permanente. En el aspecto oficial administrativo de las universidades, el vínculo entre las oficinas de prensa o comunicación social con la prensa, la radio y la televisión locales, se ha convertido en fuente permanente de información. Habitualmente aparece en los medios cuando menos una nota sobre las tareas de extensión académica, difusión cultural o actividades extraordinarias, de alguna de las universidades de la entidad.

Sin embargo la participación directa de las universidades en los medios de comunicación o en el manejo de sus propios recursos de difusión ha sido mínima. Una de las experiencias de mayor éxito por su duración (de 1989 a 1990) y por la importante respuesta de las instituciones, fue "Tiempo universal", espacio radifónico que fue cedido por el grupo ACIR a las universidades, tras la intervención de la oficina de comunicación del Gobierno del Estado, con el fin de que aquellas elaboraran un programa semanal con el tema y el formato que cada una decidiera. Interesado en impulsar la "radio hablada" a través de su estación XEHR, el grupo ACIR consideró la experiencia y ha mantenido durante varios años un espacio de información universitaria que resulta foro de algunas universidades.

El surgimiento acelerado de carreras de comunicación a partir de 1985, en cuando menos seis universidades locales, estimuló la participación de los universitarios en los medios locales. Fue la radio la que mayor acceso les permitió. De aquí se desprenden los espacios otorgados a la Universidad Autónoma y a la Universidad de las Américas, en uno de los noticieros líderes de la localidad, y en otros programas del grupo Radio ORO.

Hasta 1990, a excepción de la Universidad de las Américas, ninguna de las instituciones tenía la capacidad para elaborar programas televisivos con el nivel técnico requerido para su transmisión. Sin embargo, aún en la actualidad, la televisión

comercial continúa manteniendo cerrado el acceso a los universitarios en su programación.

El intento más conocido de una universidad poblana por contar con un medio de comunicación propio, ha sido la demanda de autorización de la Universidad Autónoma de Puebla, para operar una radiodifusora. El antecedente más remoto de esta demanda, se remite a 1964, cuando se hizo la solicitud a Díaz Ordaz, aprovechando su visita a la institución. A pesar de que la UAP llevó a cabo todos los trámites pertinentes ante la Secretaría de Comunicaciones, y a pesar de movilizaciones y protestas públicas, el Estado se negó persistentemente a otorgarle la frecuencia. Las respuestas, que argumentaban saturación en la banda, demostraron con los hechos que se trataba de un tecnicismo, y que la decisión tenía un origen político fincado en los antecedentes de confrontación de la institución con el Estado y en la imagen de inestabilidad que presentó a la sociedad poblana durante largos años.

La UAP hizo uso de frecuencias "piratas" en diferentes épocas. Una de las últimas fue en 1985, con un transmisor elaborado en la Escuela de Físico Matemáticas, cuya cobertura difícilmente abarcaba dos kilómetros. Después de un año de transmisiones, el proyecto decayó ante la falta de apoyo de la institución que, atrapada por el control oficial sobre los presupuestos, decidió evitarse una nueva confrontación con el Estado.

### **Los medios electrónicos en Puebla**

Puebla, dice Fátima Fernández Christlieb al analizar el caso de la industria radiofónica, es un estado representativo de lo que ocurre en el resto del país. Y en el contexto de la "lucha" de la universidad pública por contar con una estación radiofónica, se refiere al "irrespirable ambiente en que se transmiten las señales de las estaciones comerciales de

esta entidad".<sup>52</sup>

El estado de Puebla ha estado ligado a la historia de los medios de comunicación en México desde su origen. De hecho se enorgullece de haber sido la entidad en la que se llevó a cabo la primera transmisión telegráfica en el año de 1851. En tanto que en 1908, Ignacio Landa llevó a cabo los primeros experimentos de radiotransmisión, con un carrete de transmisión "Runkar", desde su domicilio a la Universidad Católica. La primera transmisión de una radiodifusora autorizada, se consolidó en 1923, con las siglas de identificación CYL.<sup>53</sup>

Desde su surgimiento, la radio se convirtió en el medio de comunicación de mayor identificación para la sociedad poblana.<sup>54</sup> La radiofonía comercial comenzó con lo que, a futuro, se convertiría en uno de los grupos de radiodifusión más fuertes: la XEHR, de la familia Cañedo. La otra familia que ingresó al mercado de la radio fue la Grajales, que inició con la XECD. Nada ajenas al estilo comercial de las dos radiodifusoras nacionales de mayor peso en el país de aquel entonces: la XEW y la XEQ., la radio poblana repitió los esquemas del centralismo de los medios. El mercado no pudo cerrarse a capitales externos, de tal suerte que los intereses de las grandes cadenas propiedad de Ferráez Matos, Ibarra López y Bernal Servín,

<sup>52</sup>FERNÁNDEZ Christlieb, Fátima. **Los medios de difusión masiva en México**. México: Juan Pablos, 1985, p. 190.

<sup>53</sup>GONZÁLEZ List, Verónica y MACÍAS Ramírez de Arellano, Cecilia. **La radio en Puebla: origen y desarrollo (1923-1989)**. Tesis para obtener el título de licenciado en comunicación. Universidad Iberoamericana Golfo Centro, Puebla, 1990, pp. 10 y 11.

<sup>54</sup> En 1934, Guillermo Morales Blumenkron (poblano que jugaría un papel fundamental durante una de las etapas de mayor interés para la conformación de la actual legislación de los medios de comunicación) asumió la jefatura de la estación de radio oficial del Partido Nacional Revolucionario (PNR), la XEFO. Este puesto le fue asignado por sus méritos durante la cobertura, en 1933, de la campaña presidencial de Lázaro Cárdenas para esa estación. En 1938, Blumenkron dejó la emisora del gobierno para incursionar en la radiodifusión privada a través de la XEW, en la que permaneció hasta 1949, año en que se convirtió en empresario de los medios con la creación de su propia agencia de publicidad y la adquisición de dos radioestaciones, la XEQK y la XEDA. En 1964 regresó a la política como Coordinador Nacional de Radio de la campaña presidencial de otro poblano: Gustavo Díaz Ordaz. Producto de este servicio, Morales Blumenkron, obtuvo la diputación por el estado de Puebla durante el periodo de 1964 a 1967, y fue nombrado miembro de la Comisión de Industria de la Televisión y Fomento Cinematográfico. En 1973 dejó la representación en la Cámara de Senadores, para sustituir en la gubernatura a Gonzalo Bautista O'Farril tras un sangriento enfrentamiento con estudiantes de la Universidad Autónoma de Puebla. Fue precisamente desde su curúl en la cámara de diputados y después desde el de senadores, que Blumenkron se alió con los empresarios de la radio y la televisión para enfrentar las iniciativas del Estado que pretendían, durante el gobierno de Díaz Ordaz, crear un impuesto a las ganancias de los concesionarios, y durante el gobierno de Luis Echeverría, ampliar la presencia del Estado en los medios.

penetraron a la entidad con sus radiodifusoras XEFJ, XEGY y XEPA.<sup>55</sup>

Al igual que en todo el país, el surgimiento de la televisión hacia el inicio de la década de los cincuenta repercutió en la radiodifusión poblana. Los modelos de programación cambiaron y el uso intensivo de la música grabada nutrió los tiempos de transmisión. El auge de la radio en Puebla se manifestó durante la década de los años setenta y ochenta. En la última década comenzó la recomposición de los consorcios radiofónicos, con la aparición de nuevas radiodifusoras concesionadas en la banda de frecuencia modulada principalmente, cuyos nuevos esquemas de trabajo obligaron al resto de las estaciones a generar cambios que les permitieran mantenerse en el mercado.

En la actualidad existen en Puebla 19 estaciones en amplitud modulada y 11 en frecuencia modulada, todas concesionadas, y ninguna de perfil cultural o educativo.<sup>56</sup> Una excepción en el estado, es la estación del Instituto Nacional Indigenista, ubicada en la comunidad de Cuetzalan, que se encuentra enclavada en la Sierra Norte del Estado, pero cuya cobertura es local y bilingüe.

En 1965, el grupo propietario de Televisión Independiente de México (TIM), cuyo capital tenía su origen en la ciudad de Monterrey, decidió ampliar su cobertura con la creación de transmisoras que pudieran usar la programación que empleaban para Monterrey y Veracruz. Entre los planes de la empresa, además de Puebla, se consideró la atención de las plazas en las ciudades de Tampico, León y Guadalajara. Como consecuencia de estas gestiones, XHP-TV 3, inició sus transmisiones de prueba en 1965 y emitió su primera transmisión oficial el 8 de mayo de 1966. Su programación de arranque sumaba cinco horas diarias de transmisión, con una planta de operación de diez empleados. La potencia de un kilowatt y la señal en blanco y negro, apenas cubrían a la ciudad de Puebla, de dimensiones mucho menores en ese entonces. La programación, como estaba planeado, era enviada desde la ciudad de Monterrey y se

<sup>55</sup> GONZALEZ y MACIAS. *Op. cit.* pp. 280 a 288

<sup>56</sup> En revista *Media Data México* 94. México: Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad. 1994.

armaba en su mayoría con programas comprados en los Estados Unidos. También se transmitían los eventos especiales de la localidad y un programa noticioso.<sup>57</sup>

En 1969, TIM le inyectó más recursos al Canal 3 para que comprara nuevo equipo de transmisión y reubicara sus instalaciones. Con la creación de Televisa en 1973, producto de la integración de TIM y Telesistema, el canal poblano se convirtió en repetidora del Canal 8 de la Ciudad de México, función que desempeñó por espacio de diez años. Durante los años ochenta, Televisa definió como misión de sus televisoras en provincia, la integración de las ganancias provenientes de sus respectivos mercados, al monto total de unidades del consorcio. Con base en esta política, en 1983 los canales de Puebla y Veracruz se enlazaron para dar lugar a Telever, con el fin de atacar el mercado regional. La mancuerna no tuvo el impacto que se esperaba, y poco tiempo después el canal poblano comenzó a realizar pequeños bloqueos para insertar cápsulas informativas. En abril de 1985, TV 3, después de un aletargamiento que duró cerca de 20 años, reinició sus transmisiones desde Puebla.

En los años noventa, TV3 se mantuvo con el mismo esquema de programación que le permitió el resurgimiento. Su enlace con el Canal 4 de Televisa, cubrió una de las franjas más amplias de su programación. Con la creación de su Sistema de Información y Noticieros (SIN), incrementó los tiempos de producción propia. En cuanto al aspecto cultural, a excepción de una hora de conciertos que se realiza con material de archivo y se transmite los domingos por la mañana, así como algunos intentos de programas de comentarios, su producción es escasa. El acceso de las universidades se puede decir que ha sido inexistente.

A principios de 1993 apareció en Puebla la empresa Ultravisión, con el primero de los sistemas de transmisión por alta frecuencia (MDS), propiedad de Arturo Zorrilla Martínez, concesionario de la estación XHIZM, encadenada al grupo Stereo Rey

<sup>57</sup> AGUILAR Rojas, José. **La efectividad publicitaria del canal Súper 3 de Puebla. Una perspectiva desde la heterogeneidad programática.** Tesis para obtener el título de licenciado en comunicación. Departamento de Comunicación. Universidad de las Américas-Puebla. México. 1991

(con la cual rompió en 1995 para integrarse a Radio Fórmula). De esa antigua relación entre empresas nació el vínculo de Ultravisión Puebla y Multivisión de la Ciudad de México, a la que se enlazaba para retransmitir todos sus canales. Esta fue la primera experiencia en Puebla de televisión por suscripción, que penetró fuertemente en los hogares por su amplia alternativa de programación. La relación entre Multivisión y Ultravisión, se deterioró a fines de 1994 y llegó a la ruptura en 1995 por un conflicto de intereses. Producto de esta separación fue el retiro de varios de los mejores canales con los que contaba Ultravisión, y la necesidad de contratar directamente o subcontratar a través de las empresas cableras. De cualquier manera, las nuevas condiciones tuvieron su impacto entre sus abonados, muchos de los cuales retiraron su suscripción. Se calcula que la desincorporación le costó una baja de casi seis mil, de los 18 mil suscriptores con los que contaba esta empresa.<sup>58</sup>

En estas condiciones surgió con toda oportunidad, en los primeros meses de 1995, Telecable de Puebla, filial de Cablevisión, directamente emparentada con TV 3, para formar la Corporación Televisa Puebla S.A. Aunque con una área de cobertura muy limitada por la exigencia física del cableado, Telecable inició sus transmisiones atendiendo a las zonas residenciales de nivel alto y medio de la ciudad, con una oferta de 50 canales básicos por una renta menor a la de la competencia. Un factor que le permitió a esta empresa cubrir un mercado hasta entonces ignorado por los medios electrónicos de comunicación de la ciudad, es la inserción dentro del servicio, de los canales culturales 11 del Instituto Politécnico Nacional y 22 del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Este hecho constituyó un paso trascendente para una ciudad que no contaba con un medio de comunicación orientado a la educación y la cultura e, indirectamente, un punto a favor de la UDLA-P cuyos programas se transmitían por la frecuencia de ambos canales culturales.

En 1983, con Guillermo Jiménez Morales en la gubernatura, se

<sup>58</sup> Información proporcionada por Lic. Alberto Ventosa, director de Telecable de Puebla

estableció en el capítulo referente a objetivos y metas del sector comunicaciones y transportes del Plan de Desarrollo Estatal Puebla 1983-1988, el incremento de las transmisiones culturales y la incorporación a la red nacional de un canal de televisión del Estado. El documento especifica: "Instalación de un canal televisivo del Estado, para transmitir programas culturales y educativos a nivel superior".<sup>59</sup> El hecho constituye el único intento oficial por dotar a Puebla con una televisora orientada a la educación y la cultura en el marco de un deslinde de la educación básica, y una orientación a la educación superior que -de haberse concretado- habría jugado un papel relevante en las universidades de la entidad.

El antecedente de la televisión pública en Puebla tiene su origen en 1979, como parte del proyecto de Televisión Rural de México (TRM) impulsado por el gobierno federal. Uno de los centros pilotos fue ubicado en el estado de Tlaxcala con una cobertura que alcanzaba al estado de Puebla. En 1982, con el cambio de la red a Televisión de la República Mexicana, se separaron Tlaxcala y Puebla con el fin de formar cada uno su propia productora de televisión. En Puebla, la realización consistía en un programa semanal de factura local que se transmitía a través de la red nacional 7, y que en la ciudad se sintonizaba en el 12.

En 1984 TRM Puebla recibió su primer equipamiento y las instalaciones fueron reubicadas. A partir de 1985 la productora se convirtió en la filial Puebla de IMEVISIÓN e incrementó su tiempo de transmisión con un programa diario y un noticiario de factura local, que eran enviados para su transmisión a la torre de Tlamacas y, eventualmente, a la retransmisora ubicada en la ciudad de Puebla. En 1986 la productora se dedicó a cubrir la campaña de Mariano Piña Olaya, y en 1991, a su arribo a la gubernatura, desapareció por decreto del flamante gobernador.

El surgimiento de la televisión pública en Puebla siguió el mismo esquema de muchas de las televisoras regionales del país que sí lograron consolidarse.

---

<sup>59</sup> Plan de Desarrollo Estatal 1983-1988. Gobierno del Estado de Puebla

En cada caso, distintos criterios e intereses imperaron en la conformación. La sensibilidad y conocimiento de cada gobernador con respecto a la magnitud y el alcance de los medios de comunicación en la conducción del Estado, hicieron posible la creación de los sistemas estatales de radio y televisión. Cada sistema quedó adscrito a una diferente instancia dentro de la estructura de gobierno y sirvió a los intereses de la administración en turno.

En Puebla, la propuesta de Jiménez Morales nunca llegó a cristalizarse en canal de televisión. La productora, después de atender las necesidades de campaña de Mariano Piña Olaya, fue desmantelada. En estas condiciones, como en el modelo nacional, el Estado dejó en manos de la empresa privada la responsabilidad de la comunicación en la entidad y se desentendió de su responsabilidad para crear y promover los espacios necesarios de difusión de la educación y la cultura.

### **El proyecto educativo de la Universidad de las Américas-Puebla**

El origen de la Universidad de las Américas-Puebla tiene su antecedente en el México City College fundado en el año de 1940 por Henry L. Cain y Paul V. Murray, profesores estadounidenses del Colegio Americano de la Ciudad de México. Tras la amarga experiencia vivida en los Estados Unidos con la gran depresión económica de los años treinta, la incursión de ese país en la guerra y el período de gran apertura de México al extranjero auspiciado por el gobierno de Miguel Alemán,<sup>60</sup> la idea de crear una institución de nivel universitario para norteamericanos en la ciudad capital, le pareció atinada a sus fundadores quienes se apoyaban en su fructífera experiencia en la educación básica y media.

<sup>60</sup> VERDUGO-FUENTES, Waldemar, et al. *Fundación Mary Street Jenkins. México 1954-1988*. México: Edición especial, 1988.

Con un sistema educativo privado apenas despuntando, las autoridades responsables dieron buenos ojos a la instauración de una institución educativa de nivel superior, cuyo sistema respondería al modelo liberal norteamericano, cuya planta se integraría por profesores fundamentalmente norteamericanos, y cuya dirección quedaría en manos de estadounidenses. La institución en proyecto, dirigiría sus cursos a una población estudiantil mayoritariamente norteamericana. Muy temprano el Mexico City College se colocó en la lista de escuelas aprobadas por la Veterans Administration de los Estados Unidos, y dió reciento a los veteranos de guerra que llegaban con los generosos recursos económicos para manutención y colegiatura otorgados por la Veterans Administration a los excombatientes que deseaban radicar en el extranjero.

El Mexico City College fue reconocido por las autoridades mexicanas como asociación civil en 1945, y atrajo la atención de muchos educadores e instituciones de los Estados Unidos.<sup>61</sup> A partir de 1947 puso especial énfasis en estudios latinoamericanos y ofreció maestrías en siete áreas de especialización. Un año más tarde renovó su programa de estudios en artes liberales. Entre la planta de maestros de entonces se cuentan a Francisco de la Maza, Gustavo Romero Kolbeck, Ramón Xirau, Edmundo O'Gorman, José Gaos, Earl Sennett y Robert J. Weitlaner.

La población estudiantil del flamante college estuvo formada por jóvenes norteamericanos. Con el paso de los años el número de estudiantes mexicanos comenzó a crecer, y resultó mayoritaria con la incorporación de programas de estudio más cercanos a los intereses culturales y socioeconómicos de una clase social mexicana en asenso. Las disciplinas abocadas a las Artes Liberales, fueron cediendo el paso a las económico administrativas y técnicas.

En 1966 el Mexico City College cambió su nombre por el de University of the Americas, como respuesta a un ambicioso proyecto de consolidación, que implicaba su conversión a asociación civil no lucrativa y la internacionalización de su

<sup>61</sup>Nuestro campus. México. Universidad de las Américas-Puebla. 1995

Consejo de Administración, de sus Facultades y del cuerpo estudiantil. En estas condiciones surgió la necesidad de nuevos y mayores apoyos económicos, así que se sumó a la Fundación Mary Street Jenkins (a través del empresario poblano y cabeza de la fundación, Manuel Espinosa Iglesias), en la lista de donadores.

Presidente del banco más grande de México entre el período de 1940 y la nacionalización de la banca, Manuel Espinosa llegó a vincular en el directorio de Bancomer a las empresas e industrias más poderosas en el país. El hombre visionario estableció lazos con los niveles políticos más altos. Su nombre nace en Puebla vinculado a la fortuna de William O. Jenkins, norteamericano vecindado en la entidad, dueño de haciendas, terrenos e ingenios, y creador de la Fundación Mary Street Jenkins en 1954.

En 1967 la University of the Americas se planteó la posibilidad de crear un nuevo campus. Con este objetivo, y por intervención del propio Espinosa Iglesias, se logró la donación de las instalaciones del Colegio Americano de Puebla y el ofrecimiento de mayores recursos, con la condición de que la universidad se trasladara a la entidad poblana y creara un instituto tecnológico. Para asegurar el traslado, Espinosa Iglesias ofreció pagar la mitad del costo de construcción del campus en Cholula con recursos de la Fundación Mary Street Jenkins, y consiguió la aportación del porcentaje restante de la Agencia Internacional para el Desarrollo (AID).

La universidad, con el nombre españolizado, se inauguró en Cholula en 1970, amplió el número de carreras técnicas y obtuvo el reconocimiento del Gobierno del Estado para validar sus estudios y expedir títulos profesionales. En aquella década, la Universidad de las Américas alcanzó un importante desarrollo que fue interrumpido por un movimiento de profesores quienes, apoyados por algunos alumnos, pretendían el mejoramiento de sus condiciones laborales y el reconocimiento de su organización sindical. La administración detuvo de tajo la iniciativa: despidió a la mayor parte de la planta de profesores de las áreas social y humanística, y expulsó a los estudiantes involucrados en la protesta.

El ambiente de desmoralización provocado por el conflicto, se dramatizó con la crisis económica que cubrió al país. Aunado a esto, la institución debió agregar el desprestigio y rechazo de la sociedad poblana que vió con malos ojos el ambiente creado por los *hippies* norteamericanos veteranos de la guerra de Vietnam, albergados en la universidad. Las familias poblanas pudientes comenzaron a buscar otras opciones para sus hijos, y lentamente la UDLA-P comenzó a tambalearse.

Una disyuntiva se planteó para la universidad. Por un lado no podía prescindir de los estudiantes norteamericanos veteranos de guerra que, además de una ofrecer una importante fuente de financiamiento, constituían un compromiso contraído con el gobierno norteamericano. Por otro lado, era necesario que se mexicanizara para asegurar su permanencia por el cumplimiento del papel que se le había asignado al llegar a Puebla y para incrementar sus ingresos. Para satisfacer ambos objetivos, debía mejorar sus servicios e infraestructura y moralizar su ambiente.

Fincada en la vertiente liberal de las universidades norteamericanas, Manuel Espinosa Iglesias y el grupo de empresarios poblanos que lo apoyaron, habían visto en la Universidad de las Américas una alternativa de educación profesional para Puebla.<sup>62</sup> El crecimiento de los corredores industriales del Estado demandaba una institución capaz de preparar a técnicos de alto nivel, que nutrieran a una planta en proceso de crecimiento.

Para los sectores dominantes poblanos que habían invertido recursos en una institución de la que se esperaban resultados, la UDLA-P no había cumplido con la confianza que le habían depositado, pues resultaba un refugio de norteamericanos que hacían transitar libremente la droga y el sexo. En estas condiciones, la administración en turno, que era apoyada por el cuerpo norteamericano de la Asamblea de Asociados, se vió confrontada con un sector mayoritario del personal académico que exigía mejores

<sup>62</sup> La Universidad Autónoma de Puebla, hasta 1970 única opción universitaria en la entidad, había entrado entonces en un proceso de descomposición, producto de la lucha de facciones por el control de la institución, detentado por grupos católicos de extrema derecha.

condiciones para el desempeño de su trabajo.

Producto de estas circunstancias, en 1982 se presentó un conflicto de intereses en el seno de la Asamblea de Asociados de la Asociación Civil Universidad de las Américas y la Fundación Mary Street Jenkins fue cesada de su poder de voto -que cubría el 50 por cien- en las decisiones de la Asamblea, lo cual significaba la exclusión de la familia Espinosa Iglesias de la institución.<sup>63</sup>

Como reacción de su expulsión, la Fundación Jenkins retiró el apoyo económico que brindaba a la universidad. La pérdida de sus donativos obligó a un ajuste presupuestal para equilibrar los gastos de operación, lo cual se tradujo en drásticas reducciones en los rubros de mantenimiento, adquisición de bibliografía, acondicionamiento de laboratorios, etc. Esta situación generó un círculo vicioso, pues la reducción de la calidad de los servicios impidió el incremento de las colegiaturas al tiempo que redujo las inversiones.

En estas condiciones, un grupo de profesores de las áreas de economía e ingeniería, se organizaron a fines de 1983, con el fin de demandar ante las autoridades de la universidad apoyos de índole académico, económico y mayor representatividad en los órganos de gobierno. Liderados por el actual rector de la UDLA-P, Enrique Cárdenas Sánchez, el grupo de profesores se vinculó directamente a Manuel Espinosa Iglesias, con el fin de obtener su apoyo en el movimiento que habían emprendido. Para Espinosa Iglesias, este conflicto se convirtió en la cuña para pelear el control de la institución con el cuerpo directivo, formado principalmente por la planta de profesores norteamericanos heredados del Mexico City College.

El conflicto, que culminó con la suspensión de actividades y que obligó a interceder al Gobierno del Estado, se hizo público hasta noviembre de 1984. Tuvo que pasar un año más para que las partes, en diciembre de 1985, llegaran a un acuerdo legal

<sup>63</sup> Nuestro Campus. Original fotocopiado del libro conmemorativo del 25<sup>o</sup> Aniversario de su establecimiento en Puebla UDLA Santa Catarina Martir, Cholula, Puebla. Mayo de 1995. Informe 1985-1995. Versión al 21 de julio de 1995. Documento fotocopiado. Fundación Universidad de las Américas-Puebla. Cholula, Puebla, 1995.

que establecía su separación formal con la creación de la Fundación Universidad de las Américas-Puebla, que conservaría las instalaciones del campus en Cholula, Puebla y de la Universidad de las Américas Asociación Civil, que se albergaría en las instalaciones de la Ciudad de México y sería la poseedora legal del nombre original de la institución.

En la Ceremonia Oficial de Apertura de Cursos de la Universidad de las Américas-Puebla, correspondiente al primer semestre que se impartía con la nueva administración, el Doctor Enrique Cárdenas Sánchez, nombrado rector interino, manifestó: "Debemos responder profesionalmente al reto que nos plantea la situación de un México pobre y críticamente castigado por la economía, tenemos que ser universitarios no sólo para lograr buenos puestos en la sociedad, sino sobre todo, para servirla y mejorar la suerte de un buen número de mexicanos y de otros conciudadanos del mundo que viven en la miseria y en condiciones lacerantes e inhumanas".<sup>64</sup>

En ese primer mensaje se develaba el nuevo concepto de universidad que la flamante administración, apoyada por el patronato de la Fundación Mary Street Jenkins, impulsaría en adelante: una universidad que criticaba el modelo de nación implementado por los gobiernos de los últimos veinte años, que habían demostrado con crisis y miseria la inviabilidad de su proyecto, y que al mismo tiempo impulsaba una institución modelo, inspirada en las universidades de excelencia norteamericanas, con la capacidad de preparar a los líderes políticos y empresariales del futuro, que habrían de llevar adelante a un país con mayores recursos, cuyo sistema económico se fincaría en la alta productividad y en la apertura a los mercados del exterior.

Se trata de un proyecto de universidad nacido de convicciones personales. La influencia de los protagonistas involucrados en todo el proceso determinó los rumbos por los que transitaría la universidad.<sup>65</sup> La visión y perspectiva del

---

<sup>64</sup> "Ceremonia de apertura de cursos, semestre de Primavera '86". Nota del boletín informativo oficial de la Universidad de las Américas-Puebla. **Perfiles universitarios**. México, No. 1, enero 1986, pg. 2

<sup>65</sup> Empleado por la universidad dos años antes del conflicto, como profesor de tiempo completo del Departamento de Economía. Enrique Cárdenas había trabajado con Alejandra Lajous (miembro de la familia Lajous Vargas, de larga presencia en el gobierno mexicano) y Flor de María Hurtado (sobrina del expresidente Miguel de la Madrid), en la

nuevo cuerpo administrativo de la UDLA-Puebla, con respecto a la función social que debería cumplir una institución de educación superior privada, se nutrió con los objetivos del nuevo patronato de la institución, integrado básicamente por los miembros de la Fundación Mary Street Jenkins. "La crisis institucional vivida durante el año pasado trajo consigo un profundo proceso de reflexión sobre la naturaleza de la universidad y de su función social", planteó un documento publicado en el boletín de la universidad que criticaba abiertamente al sistema de gobierno y ubicaba a la institución en un nuevo proyecto para el país: "El desafío (de llevar a la universidad a un primer nivel internacional) así expuesto se inscribe en un contexto socioeconómico singular, ya que el país atraviesa por una de las peores crisis de la historia y es momento en que las bases mismas del sistema político se hacen dignas de cuestionamiento".<sup>66</sup>

Aquella publicación cuestionaba al sistema de universidad pública del país, al afirmar que "ha venido mostrando cada vez mayores limitaciones para contribuir significativamente a la superación de los problemas nacionales". Como consecuencia, agregaba, se ha caído el nivel académico y no se cuenta con la "flexibilidad para responder con calidad a las demandas por nuevos perfiles profesionales que ocasionan el acelerado cambio tecnológico y las nuevas condiciones socioculturales que se han venido creando".<sup>67</sup> En estas condiciones, la UDLA-P se presentó como la alternativa para la formación de un nuevo tipo de profesionistas, ideológicamente convencidos de las ventajas del proyecto neoliberal.

---

elaboración de la Crónica Presidencial. Producto de su formación como economista en el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) y de su estancia doctoral en los Estados Unidos, en la universidad de Yale, Cárdenas Sánchez se identificó con las corrientes del neoliberalismo económico y estableció vínculos cercanos con el grupo de economistas que formaron parte de la administración durante el gobierno de Carlos Salinas de Gortari. Aunque la estancia de Cárdenas en Yale no coincidió con la de Ernesto Zedillo Ponce de León, actual presidente de México, la identificación en la formación y en la corriente de pensamiento los acercó a su regreso al país. Aunque Cárdenas nunca militó abiertamente en el Partido Revolucionario Institucional, su cercanía con el proyecto de nación impulsado por el grupo de economistas al que pertenece, lo vinculó a las posiciones de ese partido. Producto de esta cercanía y su profunda convicción sobre el proyecto político enarbolado por Zedillo, fue su involucramiento en el proceso electoral poblano de 1995, como consejero ciudadano del Instituto Estatal Electoral de Puebla.

<sup>66</sup> "La necesidad de establecer y consolidar un sistema de planeación en la Universidad de las Américas-Puebla", *Perfiles universitarios* México, No. 3, abril 1986, pg. 1.

<sup>67</sup> *Idem*

La postura de la institución fue refrendada en un discurso del rector Cárdenas en 1994, que planteó: "México ha vivido una verdadera revolución que ha modificado las reglas del juego, la forma de producir y de consumir, y en este momento la sociedad esta sufriendo los dolores de adaptación a un nuevo esquema de desarrollo y de vida plenamente integrado a lo que esta ocurriendo en el resto del mundo".<sup>68</sup> En aquella ocasión, Jorge Larrea, en representación de Manuel Espinosa Iglesias, se refirió a las virtudes del sistema económico neoliberal, al asegurar: "durante toda mi vida he tratado de exhortar las bondades de dicho sistema".<sup>69</sup>

El proyecto de transformación de la universidad se planteó, como objetivo principal, el impulso a las ciencias básicas y a las humanidades, con el fin de darle a la UDLA-P un sello particular entre las universidades privadas del país que habían podado las ramas del conocimiento que no se consideraban rentables, en el contexto de instituciones particulares normalmente imbuídas de un alto sentido de lucro. Las ciencias exactas y las disciplinas artísticas que requerían importantes recursos de infraestructura y de operación, y que tradicionalmente presentaban una demanda estudiantil numéricamente poco significativa, se consideraron campos de atención de la educación pública. Las instituciones privadas se distinguieron, fundamentalmente, por privilegiar la enseñanza en las áreas administrativas, las sociales y las ingenierías.

El patronato de la UDLA-P, que había puesto su confianza en el modelo de universidad planteado por la nueva administración, inspirado en las universidades de excelencia norteamericanas, como Harvard, Yale o Cornell, visionó la creación de una universidad cuyos esfuerzos se encaminaran al fortalecimiento de un solo campus, en el que los estudiantes tuvieran concentrados los recursos académicos, los servicios, las actividades y la infraestructura necesarios, para dedicar todo su tiempo y esfuerzo al estudio. En sólo diez años se fortaleció a la institución con el incremento en el número

---

<sup>68</sup> "Discurso del doctor Enrique Cárdenas. 50 graduación". Nota del periódico **Perfiles de la UDLA**. Cholula. Puebla, 15 de agosto de 1994. pg. 2

<sup>69</sup> *Idem*

de alumnos de licenciatura a seis mil. Se consolidaron las carreras existentes y se abrieron otras. Se crearon los programas de posgrado y se impulsó fuertemente la investigación. Los vínculos con instituciones educativas y oficiales del extranjero crecieron de manera considerable. La planta académica elevó significativamente su calidad, y en materia de equipamiento, laboratorios y servicios, se adquirieron los mejores recursos.<sup>70</sup>

El desarrollo mismo de la universidad incrementó la necesidad de información y comunicación tanto al interior como al exterior de la propia institución. Al tiempo que creció la población estudiantil y, en general, la comunidad universitaria, creció también la demanda de nuevos recursos de comunicación. Por otra parte, la rápida aparición de nuevas instituciones particulares de educación superior, y las condiciones de crisis económica en la que se sumió el país desde la década de los ochenta, obligó a la UDLA-P a incrementar sus recursos de promoción dirigidos a posicionar a la institución entre sus clientes potenciales. La comunicación institucional se hizo cada vez más apremiante, en la medida en que la universidad comenzó a abandonar el ostracismo en el que permaneció durante los primeros cinco años de reconstrucción.

La postura del Doctor en Economía Enrique Cárdenas, mucho más comprometida con los procesos sociales y económicos del país, lo llevaron a propiciar un clima de apertura de la institución hacia diferentes corrientes de pensamiento y a acercar a la universidad a organismos de alta participación en la política educativa del país. En 1994 la UDLA-P recibió formalmente su acreditación como miembro de la Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Enseñanza Superior (ANUIES). Aunque la universidad ya pertenecía a la Federación de Instituciones Mexicanas Privadas de Educación Superior (FIMPES), su interés por buscar la vinculación con los organismos nacionales representativos, la llevó a integrarse a la asociación de instituciones de

<sup>70</sup> Datos tomados de los informes de labores del rector a la comunidad universitaria correspondientes a los periodos 1990-1991, 1991-1992, 1992-1993 y 1995.

educación superior que, tradicionalmente, sólo había recogido en su seno a las universidades públicas. El proyecto personal del rector, apegado a los nuevos lineamientos políticos gubernamentales, correspondía claramente con la postura de concebir un Estado democrático, cuya función con respecto a todos los sectores manejados con autonomía, es reguladora. En el caso específico de la educación superior, la ANUIES abrió su postura al buscar el acercamiento con las universidades privadas y con otras instituciones educativas del Estado antes no involucradas.

En la medida en que la UDLA-P comenzó a conformarse una nueva imagen con docentes e investigadores más calificados y de mayor presencia en los círculos académicos e intelectuales nacionales, se hizo más interesante para los medios de comunicación locales. En estas condiciones, la administración propició -de manera más intuitiva que planeada- la creación de las primeras instancias responsables de la comunicación oficial en la estructura institucional.

En un primer momento, se había creado la necesidad de atender a los medios para asegurar que el flujo de información que se generaba en el interior de la institución llegara a la opinión pública de la ciudad de Puebla. Pero más adelante se hizo imperativa la necesidad de contar con una instancia que se hiciera responsable de que lo expresado o hecho por los miembros de la comunidad universitaria, se manejara adecuadamente, y que simultáneamente coordinara la -cada vez mayor- demanda de participación de los miembros de la comunidad en los medios locales y, eventualmente, nacionales. Había además que atender, por un lado, la exigencia y el chantaje de periodistas y medios que exigían publicidad a cambio del "periodicazo" y que mantener, por otro lado, la buena relación con los directores de medios impresos y electrónicos, y con todos los diaristas, periodistas, realizadores y conductores, interesados en obtener información de diversa índole de la universidad.<sup>71</sup>

<sup>71</sup> Información proporcionada por el Mtro. José Antonio Meyer Rodríguez, Director de Promoción y Comunicación Institucional de la UDLA-Puebla, en entrevista personal.

Los procesos de comunicación que se le plantearon a la institución, alcanzaron su fase de mayor desarrollo y complejidad con la creación de sus propios medios de difusión.

### **La comunicación y la promoción en la UDLA-P**

Durante el conflicto que dio origen a la UDLA-Puebla en 1985, la prensa jugó un papel importante. La administración anterior, acostumbrada a manejar discretamente todos sus asuntos internos y que había logrado que el enfrentamiento no se hiciera público varios meses después de iniciado, no pudo impedir que el comité de profesores que encabezaban la confrontación, se manifestaran en los medios de comunicación locales. La presión de fuertes intereses económicos locales involucrados en el conflicto, y la difusión pública del problema en los medios, llevó al Gobierno del Estado a involucrarse en la negociación.

La nueva administración nació con una idea más clara de la importancia de atender a los medios. Durante su primer año de trabajo nombró a un Jefe de Prensa, responsable de elaborar los boletines informativos de la institución, dependiente de la oficina de relaciones públicas. Hacia fines de 1986 cambió el concepto, al impulsar un trabajo de nivel profesional, con la contratación de un profesionista en el campo de la comunicación, que se haría cargo de una Coordinación de Comunicaciones Institucionales. De esta manera inició el desarrollo de una propuesta particularmente personal, que concebía el trabajo informativo como un proceso de comunicación, cuyo sistema diferenciaba -pero no separaba- la comunicación institucional de la comunicación social.

La carrera de Ciencias de la Comunicación creada en 1986, comenzó a proveer de estudiantes a la Coordinación de Comunicaciones. La idea de vincular a los

becarios en las diferentes áreas de la institución, muy practicada en las universidades norteamericanas, si bien permitió involucrar a los alumnos en el ejercicio profesional, repercutió en la calidad de los productos y en la continuidad del trabajo. En el caso particular de la comunicación institucional, la circulación intensiva de estudiantes, la capacitación permanente y la falta de constancia, impidieron un desarrollo más amplio de los proyectos impulsados por el área.

La Coordinación de Comunicaciones se transformó en Departamento de Comunicación Social y asumió las responsabilidades de mejorar el boletín informativo, ampliar su participación en los espacios radiofónicos cedidos a la universidad en diferentes emisoras de la localidad, incrementar la atención a los materiales promocionales de la institución, establecer el trato con los medios nacionales y locales, y coordinar la elaboración de diaporamas y videos institucionales elaborados por y para profesores y estudiantes de la propia universidad.

En 1989, con la transformación de la Dirección de Relaciones Públicas, en Dirección de Promoción y Comunicación -que separaba y comprendía como ámbitos diferentes las tareas promocionales de las comunicativas-, la visión utilitaria de la comunicación, que hasta entonces aparecía como un recurso adicional entre los fines principales de la universidad, comenzó a transformarse. A la promoción se le concibió como recurso para el reclutamiento de estudiantes, y a la difusión, como la necesaria conformación de la imagen universitaria que, de manera colateral, coadyuvaba al mismo fin. La UDLA-P se acercó más a la idea de las universidades públicas sobre la función extensora como un vínculo con la sociedad.

La nueva Dirección de Promoción y Comunicación integró a los departamentos de Eventos y Difusión Cultural, Incorporación Estudiantil y Comunicación Social. En 1991, la invitación del Canal 11 para establecer un convenio en el cual cedería tiempo a la institución y ésta elaboraría programas para su transmisión, motivó la creación del Departamento de Producción Audiovisual (DPA) incorporado a esta

Dirección.

A pesar de que las autoridades universitarias reconocían la necesidad de contar con una dependencia que se hiciera responsable de la comunicación interna y externa de la universidad, ésta no se consideró prioritaria. Nunca se elaboró una política de comunicación para la universidad, no se creó un proyecto definido ni se estableció una estructura de desarrollo para los departamentos responsables de atender la comunicación institucional.

La carencia no debe verse como un defecto del área encargada de la comunicación. La institución en general adolece de políticas claramente establecidas para las diferentes acciones que se desarrollan en su interior. Conceptos generales definen el perfil de la universidad, y con base en ellos se estructuran sus acciones: "La UDLA Puebla se proyecta como una comunidad del saber que está comprometida con la búsqueda de la verdad y la promoción de los valores y derechos humanos fundamentales, además de que se sustenta en un espíritu pluralista y un carácter multicultural de su comunidad. Consciente de su función social, trabaja responsablemente para solucionar los problemas que su medio reclama".<sup>72</sup>

El Propósito Institucional es otro documento en el que se sustentan las tareas de la universidad. Uno de sus rubros especifica: "La universidad se empeña en que los resultados de la investigación y la expresión creativa sean difundidos a través de cursos, conferencias, artículos, libros, congresos, exposiciones y otras formas de comunicación".<sup>73</sup> Con base en estos documentos, la Dirección de Promoción y Comunicación fue conformando sus acciones al interior y exterior de la universidad.

La necesidad de regir claramente las actividades bajo normas y reglas escritas a partir de los objetivos y metas institucionales, llevó a la Rectoría, a través de su Departamento de Auditoría y Sistemas, a impulsar en 1992 la iniciativa de organizar a

<sup>72</sup> UDLA Catálogo 93-94 México Universidad de las Américas-Puebla, 1993.

<sup>73</sup> *Idem*

todas las instancias representativas de la universidad para elaborar un Manual de Políticas y Procedimientos de la UDLA Puebla. La iniciativa se interrumpió en 1994, cuando la misma Rectoría contrató a la empresa Price Water House, para realizar un estudio de reingeniería para el área administrativa. Sin embargo, el ejercicio inicial sirvió para elaborar las definiciones preliminares de cada área.<sup>74</sup>

El Departamento de Producción Audiovisual (DPA) de la Dirección de Promoción y Comunicación, asumió la siguiente definición: a) El DPA es una dependencia de la UDLA Puebla, cuyo ámbito de competencia lo ubica en la búsqueda de la preservación y difusión del conocimiento, tanto en el ámbito científico y tecnológico como en los aspectos social, humanístico y cultural; b) El DPA coadyuva al objetivo institucional de excelencia académica al incidir, dentro de un marco de libertad de creencias, pensamiento y actuación, hacia el entorno social que lo rodea con el fin de promover el desarrollo cultural de la región y el país; c) El DPA enmarca sus acciones y programas en el proyecto institucional de promoción, difusión y extensión que pretenden reflejar en sus diferentes formas y aspectos, tanto las posturas académicas ante los diferentes problemas como las opciones existentes que ayuden a su solución; y d) El DPA está encaminado a la producción de programas de televisión y videos de alta calidad que sean fiel reflejo del quehacer universitario y sirvan de canal eficiente y cotidiano para la divulgación del conocimiento.<sup>75</sup>

El documento, no oficial, intentó establecer los objetivos de trabajo del DPA a partir de la filosofía institucional. La orientación y pauta de trabajo se fueron definiendo por programas y planes anuales, así como por necesidades y demandas inmediatas. El acuerdo con las televisoras regionales y la búsqueda de mayor proyección a los programas de televisión generados, surgió por el interés e inquietud profesional de

<sup>74</sup> Documento de Política General para el Establecimiento de Políticas. Departamento de Organización y Métodos de la Universidad de las Américas-Puebla. 15 de enero de 1992

<sup>75</sup> Documento de trabajo sobre políticas generales del Departamento de Producción Audiovisual de la Universidad de las Américas-Puebla. 1994

los responsables del proyecto. La postura de la rectoría de contar con recursos de comunicación propios y el apoyo brindado para ampliar la difusión a través de la televisión, se enmarcó en una propuesta institucional que contemplaba el desarrollo de un ambicioso proyecto universitario para el cual era importante contar con una buena cobertura de comunicación.

El conjunto de profesores que había tomado las riendas de la universidad, con Enrique Cárdenas a la cabeza, caminó con un plan de diez años para establecer las bases suficientes que le permitieran a la UDLA-P convertirse en la líder de la educación superior en México al alcanzar los primeros veinte años del nuevo milenio.<sup>76</sup> El objetivo, centrado en hacer de la UDLA-P una institución educativa de excelencia, con gran proyección nacional e internacional, requería de un sólido aparato encargado de la comunicación.

Con el fin de incidir en la opinión pública a través de medios masivos, se establecieron objetivos dirigidos a fortalecer la imagen de la universidad: 1) el interés de difundir la postura política e ideológica de la UDLA-P ante los grandes problemas nacionales; 2) mostrarse como la opción educativa profesional más congruente con el modelo económico actual, y 3) incidir en grupos específicos del sector público y privado, con el fin de obtener los apoyos y recursos que le permitan llevar adelante su proyecto de universidad.

Dos fueron los caminos asumidos por la universidad para incidir en el ámbito de los nuevos sistemas de comunicación: en primer lugar, se desarrolló fuertemente el sistema de cómputo de la institución, con una red de fibra óptica que interconectó a toda la universidad con el mundo, a través de sus propias redes internas y la vía Internet. En segundo lugar, se fortaleció su capacidad de impresión con el fin de hacerse autosuficiente en trabajos editoriales y se reforzaron los recursos de

<sup>76</sup> **Diez años de hacer universidad hacia el año 2000. Informe de actividades 1985-1995.** Universidad de las Américas-Puebla, septiembre de 1995.

comunicación con el proyecto de creación de una radiodifusora y de una productora de televisión.

Por mucho, el sistema de cómputo y sistemas de información alcanzó mayor desarrollo al interior de la universidad e incrementó la presencia institucional en el exterior a través de su participación en Internet. Este sistema, que en 1995 manifestó alcanzar la significativa cifra de 30 mil usuarios en nuestro país, sigue siendo elitista.<sup>77</sup> Fueron las transmisiones por televisión las que se convirtieron en el recurso de mayor presencia en públicos masivos del país, por el número de impactos mensuales y la variedad de canales y cobertura que alcanzaron. (Ver anexo)

El uso de medios de comunicación y recursos de información electrónicos que, a excepción de la UNAM y el ITESM, aún no han sido implementados por la mayoría de las instituciones de educación superior del país, colocó a la UDLA-P en un plano nacional de vanguardia. La falta de conocimiento y comprensión de las autoridades universitarias sobre el potencial y las posibilidades que a futuro podían brindarle los medios de difusión masiva, resultó determinante en las decisiones asumidas con respecto a las producciones en radio y televisión de la institución.

### **TV UDLA, transmisión sin emisora**

En marzo de 1991, la Universidad de las Américas-Puebla y cinco instituciones más, entre las que se contaban El Colegio de México, la Universidad Nacional, el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, firmaron con el Canal 11 del IPN, un convenio de colaboración en el que las instituciones se comprometían a enviar

<sup>77</sup> MALVIDO, Adriana. "El futuro ya está aquí, mas no ha sido justamente distribuido. William Gibson" Reportaje. Periódico *La Jornada*. México, jueves 23 de noviembre de 1995, pg. 25.

programas propios y el canal abría sus espacios sin costo alguno.

Alejandra Lajous,<sup>78</sup> directora de Canal 11 -en presencia de Manuel Bartlett, Secretario de Educación y de Ernesto Zedillo, Secretario de Programación y Presupuesto-, planteó en su discurso: "Este convenio refleja una forma nueva como las instituciones participantes se miran a sí mismas y contemplan su papel dentro del conjunto de la sociedad. La rivalidad ha sido sustituida por la búsqueda de complementariedad. Los años de crisis económica nos han obligado ver a todos los mexicanos que necesitamos sumar esfuerzos". Y agregó más adelante: "El convenio con la UDLA, tiene para nosotros un significado muy importante, pues su presencia es una muestra del interés que tenemos de que los centros de estudio en las diferentes entidades federativas, puedan participar en el Canal 11; no nos ha sido posible hacer contacto con el resto de universidades, pero queremos enviar un mensaje a todas ellas a través de esta firma".<sup>79</sup>

Alejandra Lajous ponía énfasis en la conciliación entre las partes: la UNAM y el IPN, las instituciones públicas y las universidades privadas, el Canal 11 y el CNCA (propiciador del Canal 22). Desde otra perspectiva, el vínculo que se establecía entre un canal de televisión y las universidades públicas y privadas más importantes del país, resultaba de mayor importancia. No era sólo buena voluntad: la administración de Alejandra Lajous en el Canal 11 había comenzado con un enfrentamiento contra los

---

<sup>78</sup> La presencia de la UDLA en dichas frecuencias, inició durante la presidencia de Salinas de Gortari, a invitación de Alejandra Lajous, Directora de Canal 11 y que fuera responsable de la elaboración de la Crónica Presidencial durante la presidencia de Miguel de la Madrid. Lajous dejó la dirección del Canal para integrarse a la campaña de Ernesto Zedillo, como encargada de la difusión por televisión. Sin embargo, un traspicé que cometió recién asumida esa responsabilidad, la alejó por el resto de la campaña: iniciado el periodo de gobierno de Zedillo, Lajous fue nombrada directora del Canal 22, puesto que nunca asumió debido a la oposición del grupo Nexos -que mantuvo a José María Pérez Gay al frente de ese Canal-, y que la llevó a reasumir la dirección del canal del IPN. El convenio de colaboración entre la UDLA y Canal 11 se firmó en presencia de Ernesto Zedillo, Secretario de Programación y Presupuesto (SPP) y de Manuel Bartlett, Secretario de Educación Pública (SEP). Este último -Secretario de Gobernación durante las discutidas elecciones de 1988 que le dieron el triunfo a Carlos Salinas de Gortari- dejó la SEP en 1991, para preparar su candidatura a la gubernatura del Estado de Puebla. Ernesto Zedillo entró al relevo en la SEP, de donde saldría para asumir la jefatura de campaña de Luis Donaldo Colosio hasta el asesinato de éste, cuando fue nombrado candidato a la presidencia. Cargo que asumiría en diciembre de 1994.

<sup>79</sup> Discurso pronunciado por la Lic. Alejandra Lajous Vargas, durante la firma del convenio entre el Canal 11 del IPN y 6 instituciones, en México, D.F. el 18 de marzo de 1991.

trabajadores de la emisora, puesto que una de sus primeras decisiones provocó el ajuste de casi el 50% del personal. La medida estaba encaminada a reducir los costos de operación y a estructurar una nueva política de producción. En este sentido, involucrar a las principales instituciones de educación superior, y a las instancias educativas y culturales oficiales, le daba una importante cobertura política y le permitía aguantar el arranque del Canal con programación sin costo, en tanto se preparaban nuevas barras y se compraban series extranjeras.

Esta coyuntura involucró de lleno a la UDLA-P en la producción de programas para la televisión. El convenio no sólo había llegado por un reconocimiento a la UDLA-P, sino principalmente por la relación personal del rector Enrique Cárdenas con la directora del Canal 11. No obstante, es importante saber que sin el interés del rector, quien intuía las posibilidades de la televisión para la universidad (aún cuando se desconocían sus alcances), el proyecto no hubiera podido materializarse. Si bien en la institución existía la infraestructura mínima para producir programas en formato profesional (adscrita al Departamento de Ciencias de la Comunicación), ésta estaba destinada a prácticas académicas, y ninguna otra área contaba con los recursos técnicos, humanos y materiales, capacitados para atender el convenio con el Canal 11.

El convenio estipuló el compromiso del Canal 11 para efectuar transmisiones gratuitas destinadas a la difusión de programas educativos, culturales y de orientación social, en tanto que la UDLA-P asumió los costos totales de la producción de los programas que podían presentarse en formatos diferentes, cuyas únicas limitaciones eran los reglamentos y disposiciones al respecto, contemplados en la Ley Federal de Radio y Televisión.<sup>80</sup>

En abril de aquel año, el Centro de Producción y Difusión Audiovisual, adscrito al Departamento de Comunicación Social, recibió la responsabilidad de producir los programas para la televisión. Sin la experiencia ni el equipo de grabación y edición

<sup>80</sup> Convenio celebrado entre el Canal 11 del IPN y la Universidad de las Américas-Puebla, el 18 de marzo de 1991.

necesarios, las cuatro personas adscritas al área iniciaron los primeros trabajos de producción usando los recursos técnicos de la carrera de comunicación. Simultáneamente se involucró a los profesores de Ciencias de la Comunicación para que, apoyados por staffs de estudiantes, elaboraran por su parte algunos de los programas que formarían la barra de la universidad.

Los alcances del proyecto, que contemplaban ya "el importante crecimiento que habrá de tener en el futuro el aparato de producción", llevaron a reestructurar la Dirección de Promoción, con el fin de crear el Departamento de Producción Audiovisual (DPA). La Dirección de Promoción Institucional, propuso a la Secretaría de Rectoría "que la Dirección lleve el nombre de Comunicación y Promoción Institucional ya que ello vendrá a determinar de manera más precisa el enfoque operativo que se asumirá en el futuro".<sup>81</sup>

La propuesta de la Dirección estaba encaminada a conformar un aparato de comunicación para la universidad que contemplaba el manejo de la prensa, el periódico institucional, la producción de radio, y la producción de televisión. El proyecto, de largo alcance, se cimentaba en: a) El avance en la estructuración de una política de imagen más integral y trascendente; b) El desarrollo de un sistema eficiente de información, producción y difusión de alta calidad estratégica; c) La ampliación de los espacios de extensión y vinculación con la sociedad regional y nacional; d) El incremento de los programas de posicionamiento a nivel nacional; e) La consolidación del quehacer promocional y publicitario, y f) El fortalecimiento de los vínculos de identidad en la comunidad universitaria.<sup>82</sup>

Para cumplir con estos objetivos, la Dirección de Promoción se planteó, entre otros aspectos, la "creación de un sistema de producción de videos de alta calidad para cumplir con los compromisos de difusión establecidos con el Canal 11 del

<sup>81</sup> Plan de Desarrollo 1991-1992. Dirección de Promoción y Comunicación Institucional de la Universidad de las Américas-Puebla, abril de 1991

<sup>82</sup> *Idem.*

IPN", con el fin de "ampliar los niveles de penetración en las distintas zonas del país para favorecer una mayor incorporación de estudiantes talentosos, tanto a nivel de licenciatura como de maestría".<sup>83</sup> Esto significa que la propuesta de comunicación se definía por los compromisos contraídos, antes que por un proyecto de largo alcance en el que la participación en los medios tuvieran un papel específico que cumplir, al tiempo que, como en el mayor número de universidades privadas, el acento se ponía en la comunicación promocional con el fin de incorporar al mayor número de estudiantes a la universidad.

Debido a que la creación del DPA se llevó a cabo a inicios del semestre de primavera de 1991, y a políticas administrativas internas, éste no se integró a la estructura de la institución y, en consecuencia, no contó con un presupuesto asignado para su operación. El inicio del proyecto se llevó a cabo con el apoyo económico y material de las dependencias adscritas a la Dirección de Promoción. Fundamentalmente las de Comunicación Social e Incorporación Estudiantil, la Dirección de Recursos Humanos y la propia Dirección. Además se creó un Fondo de Videos, que permitió la adquisición de los primeros equipos y que más adelante fue saneado con una donación de Volkswagen de México, de aproximadamente 60 millones de pesos. En total, el proyecto de televisión inició con recursos que sumaban poco más de 117 millones de pesos.<sup>84</sup>

En el primer documento general de desarrollo del proyecto de televisión elaborado por la Dirección de Promoción, se concibió por vez primera el nombre de TV UDLA, y se diseñó el sistema operativo, el esquema de organización, la estructura de programación y las estrategias de difusión y financiamiento, entre otros rubros. Como lineamientos generales de trabajo del proyecto, dicho documento planteó: a) divulgación en diferentes áreas del conocimiento universitario, b) información especializada con asesoría académica, c) producción diversificada de alta calidad, d)

<sup>83</sup> *Idem.*

<sup>84</sup> Proyecto de desarrollo de TV UDLA. Dirección de Promoción y Comunicación Institucional, junio 1991.

difusión en canales seleccionados para audiencias heterogéneas, e) exhibición constante en circuitos de interés institucional, f) racionalidad del gasto sin menoscabo del desarrollo y la calidad, y g) financiamiento de fuentes externas y alternativas.<sup>85</sup>

En ese documento se trazaron con mayor claridad las líneas de producción para el Departamento, es decir, la atención a medios fundamentalmente externos además del Canal 11, la búsqueda de públicos "heterogéneos" con el fin de abrir el abanico de las temáticas para que no se limitaran al aspecto promocional, y una producción con diferentes formatos, tratamientos y enfoques que satisficieran la única exigencia de calidad.

El 5 de junio de 1991 se transmitió el primer programa de la UDIA-P por Canal 11, con el título de serie "Temas Regionales" (Ver catálogo de programas anexo), nombre que surgió por un comentario de la propia Alejandra Lajous quien, en una de las reuniones preliminares, se interesó porque la universidad asumiera una línea de producción sobre "temas de la región", y que a la larga se convertiría en el primer criterio asumido por la universidad para orientar el contenido de sus programas. En el mes de mayo, previo al inicio de las transmisiones, se nombró la jefatura del Departamento de Producción Audiovisual, en cuya responsabilidad recayó el diseño de la serie, el perfil de los programas y la atención de los contenidos.

Surgido el proyecto en estas circunstancias, documentos posteriores se dieron a plantear una justificación para la creación de TV UDIA. Para responder a esta necesidad, el proyecto se sustentó en dos planteamientos sobre las condiciones de manejo de las frecuencias de televisión en el país: cuestionó, en primer lugar, "el divorcio casi total de organismos y medios de comunicación públicos, de las instituciones educativas privadas capaces de generar programas de primer nivel" y, en segundo, "la centralización de mensajes que estandarizan la oferta televisiva, limitando la variedad de

<sup>85</sup> *Idem.*

intereses culturales de las distintas regiones que forman al país."<sup>86</sup>

Por otra parte, se definió a la producción de TV UDLA como generadora de "programas de divulgación con carácter prospectivo que, además de presentar un análisis y diagnóstico críticos de un determinado fenómeno o problema de interés general, plantean alternativas y formas de solución". El enfoque a los contenidos se definió como "universitario y regional", con el fin de ponderar la opinión de los miembros de la universidad sobre los fenómenos que afectan principalmente a la región de Puebla, Tlaxcala, Veracruz y Oaxaca.

Al igual que en otras instituciones con una carrera de comunicación y un proyecto de medios adscrito al área administrativa, una vez iniciado el proceso de producción se presentó en la UDLA-P un conflicto entre ambas instancias. El punto de confrontación se ubicó en la exigencia de TV UDLA, de contar previamente con el guión sobre el que se basarían las producciones generadas por la escuela de comunicación, con el fin de supervisar los contenidos que presentarían sus productos.

Los profesores y estudiantes protestaron argumentando que sufrían un atentado a su libertad de realización y que estaban siendo tratados como "maquiladores de imágenes". En el ánimo de atenuar un conflicto que amenazaba con poner en peligro un proyecto recién iniciado, se les dió la libertad a los tres equipos de producción que se conformaron en la escuela de comunicación, para producir diez programas sin mediar cortapisa alguna. Mientras tanto, el Departamento de Producción contrató a personal profesional calificado en realización de televisión, y adquirió su primer equipo en formato 3/4 SP.

Las diferencias entre la escuela de comunicación y el área administrativa responsable del proyecto, develó uno de los mayores problemas de la universidad: la ausencia de una política de comunicación que clarificara la relación entre

<sup>86</sup> Sistema de producción y difusión audiovisual, TV UDLA. Dirección de Promoción y Comunicación Institucional de la Universidad de las Américas-Puebla. 1992.

los procesos institucionales de comunicación y el resto de la estructura universitaria. No se contaba, por otra parte, con objetivos específicos que definieran la participación de la universidad en los medios de difusión masiva, la articulación de estas acciones con el resto de actividades de comunicación, y hasta dónde se pretendía llegar al aceptar el compromiso de elaborar programas para la televisión de alcance masivo.

Al término de los tres meses que duró la transmisión de los primeros doce programas producidos por la institución, se llevó a cabo una evaluación con el fin de otorgarle nuevas producciones a los equipos de trabajo que se hubieran distinguido por la calidad de sus productos. Tras aquella evaluación, el equipo del DPA asumió totalmente la producción.

El DPA había logrado un buen nivel de producción en términos de contenido y calidad técnica. Los programas de la universidad tomaron como concepto de entrada institucional, el nombre de TV UDLA. La participación de la universidad en la televisión dejó de ser un proyecto, y se convirtió en una función específica de las acciones de comunicación implementadas por la institución, con el fin de lograr una imagen adecuada y una promoción suficiente de sus tareas y servicios. Ante todo, el proyecto de televisión se veía como la consolidación de la imagen de la institución y su posicionamiento entre un público importante para la institución.

De súbito, la universidad se encontró con la posibilidad de participar en un foro que incrementaba su presencia en el ámbito cultural del país. Por primera vez, una institución de educación superior privada accedía a los medios masivos con una presencia periódica y permanente. Los programas de la UDLA-P, que fueron creciendo en calidad técnica y contenido, alcanzaron un estilo propio en un año de transmisiones semanales. El tratamiento, que no llegaba al tono doctoral de otras experiencias de televisión universitaria, y la originalidad de sus temáticas, permitió la captación de un público más amplio al considerado inicialmente.

Antes de cumplir el año de transmisiones en Canal 11, en 1992, la

universidad gestionó con el Ing. Héctor Parker, director general de la Corporación de Radio y Televisión de Tlaxcala (CORACYT), la posibilidad de transmitir algunos programas en la televisora tlaxcalteca. Este fue el inicio de una relación estrecha con la Red de Televisoras Públicas. En 1993, Televisión Mexiquense hizo contacto con la universidad con el fin de abrir su frecuencia a los programas de TV UDLA. Más tarde, por intermediación de Héctor Parker, TVUDLA se reunió con el Lic. Virgilio Caballero, director del Sistema de Radio y Televisión Oaxaquense, para acordar la transmisión de sus programas.

Fue por una invitación de Virgilio Caballero, que la UDLA-P participó por primera vez en una reunión de la Red Nacional de Televisoras Públicas, llevada a cabo en la ciudad de Mérida, Yucatán, en 1992. En aquel encuentro se dió a conocer el proyecto de producción de la universidad y se ofreció a las televisoras los paquetes de programación. Una vez ganada la confianza entre las televisoras, gracias a la calidad de las producciones de la universidad, la demanda de los programas creció rápidamente. La UDLA-P había entrado de lleno a la televisión pública mexicana.

Sin embargo, la debilidad del proyecto se encontraba en la imposibilidad de transmitir los programas en Puebla, ante la ausencia de un canal de televisión pública. TV 3, televisora filial de Televisa, y único canal en la entidad, se negó a considerar la posibilidad de transmitir localmente. Sus directivos condicionaron la transmisión de los programas de UDLA-P con la firma de un convenio en términos no negociables para la universidad.

Interesada en superar el obstáculo, la UDLA-P gestionó ante la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), la posibilidad de emplear tiempos oficiales para la emisión de los programas de la institución en el canal comercial de la ciudad de Puebla. El director de televisión de esa dependencia, Federico Bracamontes, conociendo la agresividad del director de TV 3, Humberto Barbosa López -antiguo representante legal de Televisa México-, propuso que la negociación se realizara

directamente entre el canal y la universidad, con el fin de evitar que RTC tuviera que enviar una indicación formal. El director de televisión de RTC, argumentó además el hecho de que la UDIA-P, siendo una institución de carácter privado, no podía gozar de la protección legal que le permitiera llevar a cabo esa medida, ya que el otorgamiento de los tiempos oficiales se considera un pago de las empresas televisoras al Estado.

A pesar de que la UDIA-P no pudo acceder a la televisión local privada a través de los tiempos oficiales ni de sus propias negociaciones, se había abierto las puertas de las televisoras públicas regionales. Aceptación que fue cautelosa pero positiva.

La presencia universitaria entre los canales públicos, tradicionalmente había sido detentada por la UNAM. Se le acepta y respeta por ser la máxima institución educativa superior en el país. La llegada de una universidad privada sorprendió por los términos de la relación que propuso a las televisoras. Producía material con calidad técnica y contenidos originales que ponía a consideración de los canales, con el único compromiso de transmisión, y de eventuales apoyos técnicos y materiales. La buena disposición de los funcionarios de las televisoras, se debió en gran medida, al "padrinazgo" de dos de las cabezas de la red, Héctor Parker y Virgilio Caballero, de larga trayectoria en la dirección de canales culturales y educativos de televisión, muy respetadas en el medio.

El ofrecimiento del material producido por la UDLA-P llegó a las emisoras en un momento en el que se encontraban en la urgencia de programas para su transmisión, debido a la carencia de recursos que restringía fuertemente su capacidad de producción y la compra de materiales. Por otro lado, la presencia de instituciones educativas en su programación, representaba para ellas la justificación de su vocación de servidoras sociales y atenuaba la amenaza privatizadora que por esos años se cernió sobre los medios del Estado con la venta de los canales 13 y 7, propiedad del Gobierno Federal.

La UDLA-P intensificó la transmisión de sus materiales en otras entidades. En 1993 amplió su cobertura a las televisoras de Veracruz, Campeche,

Tabasco y Yucatán, al tiempo que conservó los espacios que ya se había abierto en el Estado de México, Oaxaca, y Tlaxcala. Se dirigía principalmente a las entidades de interés para la universidad, consideradas con base en el número de estudiantes que recibía procedentes de cada estado. Fue a principios de aquel año cuando dejó de transmitir sus programas en Canal 11. Dos circunstancias llevaron a esta decisión, por una parte el DPA agotó su capacidad de producción semanal, tanto en recursos económicos como humanos; por otra, el Canal 11 cambió su política de programación, cerrando temporalmente la barra de la UDLA-P, y demandando de la institución la elaboración de series, en lugar de programas unitarios, que la UDLA-P no tenía entonces capacidad de generar.

La universidad sufrió en 1993 los estragos de una de las crisis económicas de finales del sexenio. El DPA enfrentó el reajuste del 40% de su personal y el recorte del 50% de su presupuesto, además de la cancelación de los recursos por concepto de honorarios profesionales, que le permitían contratar al personal del que no disponía. La postura de la administración fue asegurar sólo los gastos mínimos de operación y dar un año de plazo al Departamento para demostrar que podía autofinanciar su producción.

El ritmo de trabajo del DPA entró en un profundo receso, pues aunado a la restricción de los recursos para la producción, se incrementó sustancialmente la demanda de su trabajo en la elaboración de videos institucionales promocionales y la exigencia en el incremento de la venta de servicios. Los recursos técnicos de producción, limitados a una isla de edición y dos equipos de grabación portátiles en formato 3/4, así como un staff integrado por cinco personas, resultaron insuficientes para impulsar el nuevo esquema de trabajo.

En estas condiciones, la producción de programas para la televisión se redujo al mínimo, la producción de videos institucionales se incrementó considerablemente y los ingresos recibidos por los servicios externos no resultaron

suficientes para sostener una producción propia. De cualquier manera, a pesar de que el DPA logró crear un fondo, la institución dispuso de aquellos ingresos para solventar otros gastos. Para poder cumplir con la exigencia de elaborar series, el Departamento se dió a la tarea de acordar coproducciones, como vía para disminuir los costos. La primera experiencia de coproducción se realizó con Televisión Mexiquense, se trata de una serie sobre Historia del Arte (Ver catálogo de programas anexo) que, tras múltiples y complejos problemas, pudo concluirse un año después.

La separación del Canal 11 fue inevitable. Cuando la universidad envió el resultado de su primera serie, el Canal ya había excluído definitivamente a la UDIA-P de su programación. La universidad había dejado de ser necesaria para el canal, pues sus autoridades habían adquirido un considerable número de series extranjeras, que les habían permitido cambiar totalmente su programación. Entre todas las instituciones que habían firmado el convenio con el Canal 11, la UDIA-P fue la última en salir del aire. Sólo el Colegio de México se matuvo con un programa de mesa redonda de bajos costos.

En el ánimo de no perder la presencia lograda y mantener el ritmo de producción, la universidad estableció un convenio de colaboración con Canal 22 del que surgió su segunda coproducción. Este vínculo se estableció en el momento en el que las relaciones entre Canal 11 y Canal 22, se encontraban en su punto más bajo. Los ataques entre direcciones, nunca expresados públicamente, eran conocidos en el ámbito de los medios de comunicación y la cultura. Era conocido el disgusto de Alejandra Lajous, ante la creación de un nuevo canal cultural metropolitano que echaba por tierra su perspectiva de convertir a la frecuencia del IPN en el único canal cultural de cobertura nacional. El flamante proyecto no sólo llegaba a hacerle competencia, sino que obligaba a la división de recursos que, de otra manera, podían haber sido dirigidos íntegramente al Canal 11.

En 1994, la UDIA-P encontró buena acogida en el Canal 22 para sus programas y coprodujo una serie sobre el arte de los siglos XVII y XVIII. Al mismo

tiempo inició la transmisión de sus programas en la televisora pública de la ciudad de Monterrey. Pero quizás el aspecto de mayor trascendencia en el contexto de la televisión pública y cultural del país, se presentó con la integración formal de la UDLA-P a la Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales A.C. (Red) que aglutinó a todos los canales públicos de televisión.

La incorporación de la UDLA-P y de otras universidades a la Red, surgió en el marco de un fuerte debate sobre la incorporación de las instituciones de educación superior como miembros activos de la asociación. La oposición a la incorporación de las universidades era promovida por TV UNAM: "el riesgo es que la integración de éstas instituciones desvirtúe el objetivo de organización de las televisoras públicas".<sup>87</sup> La postura conciliatoria de la Red, resolvió incorporar como miembros activos a aquellas universidades que contaran con canales de transmisión, en tanto que las universidades productoras de materiales para la televisión se considerarían socios honorarios.

Con esta postura, la Universidad Autónoma de Nuevo León, que transmite en VHF a través del Canal 58, recibió su membresía a pesar de que su participación en la Red se había limitado únicamente a su asistencia a la reunión de conformación de la asociación. Su transmisión era defectuosa y no cubría el área del campus universitario, su tiempo al aire era muy limitado y estaba conformado básicamente por programación externa, pues su producción era mínima. TV UNAM, quizás para ser congruente con su postura, no solicitó su ingreso a la Red aún cuando había participado en ella desde sus primeras reuniones. La UDLA-P y la Universidad de Guadalajara mantuvieron su participación.

A partir de 1994 la presencia e imagen de la UDLA-P recibió una proyección inesperada con la cobertura del Canal 22 a todo el país, a través de la transmisión por cable, y de las transmisiones efectuadas en los espacios culturales de la

<sup>87</sup> Intervención de Fátima Fernández Chrisleb, Directora de TV UNAM, en la reunión de conformación de la Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales, A.C., realizada en Pachuca, Hgo.

red nacional de la Unidad de Televisión Educativa de la SEP. La intervención de la universidad en espacios televisivos de cobertura nacional se convirtió en otro de los terrenos en los cuales la presencia de las instituciones de educación superior particulares se volvía sobresaliente, en contraste con la capacidad de las universidades públicas que, a excepción de la UNAM, no contaban con los recursos para intervenir en estas frecuencias. Esta fue una de las razones por las que la ANUIES le solicitó a TV UDLA que se hiciera cargo de capacitar en producción de televisión a las instituciones de educación superior de la zona sur. La desintegración del DPA impidió responder a la solicitud de la ANUIES.

En canales regionales como los de Monterrey y Veracruz, que abrían espacios para las universidades públicas locales, la diferencia en la calidad de producción con respecto a la elaborada por la UDLA-P era muy evidente. De igual manera, en la ciudad de Tlaxcala se criticó, a través de los periódicos locales, el que una universidad privada y ajena a la entidad, estuviera realizando una labor de difusión sobre diferentes aspectos de aquel estado, que la universidad pública local no llevaba a cabo.

La relación de la UDLA-P con el Canal 22 fructificó de tal manera, que a fines de 1994, se le ofreció a la universidad convertirse en repetidora del canal. La invitación, presentada directamente al rector por José Ma. Pérez Gay, le planteó a la UDLA-P la factibilidad de convertirse en transmisora de sus propios mensajes. La universidad estaba considerada por el Canal 22 entre sus planes de expansión hacia todo el país, con el fin de rebasar su limitación de transmisora metropolitana. De hecho, hacia fines de 1993, en un recurso de habilidad política, el Canal 22 intentó ponerse a la cabeza de las televisoras regionales, para lo cual convocó al Primer Encuentro Nacional de Sistemas Regionales de Televisión Pública y Cultural, que se llevó a cabo en la Ciudad de México, del cual surgieron los compromisos de algunas televisoras para enlazarse a la señal del 22.

Se realizaron los primeros estudios sobre la topografía de la zona, la instalación de la antena y el transmisor, así como de los recursos de planta y equipo para

el control maestro, con el fin de instalar la retransmisora. El Canal 22 ofrecía un transmisor nuevo de 60 KW de potencia junto con la torre y la antena, en tanto que la universidad se comprometía a adquirir el terreno en la zona más adecuada, a construir la planta física y a equipar el máster. El Canal 22 había iniciado las primeras gestiones ante la SCT para obtener los permisos de retransmisión en Puebla y en dos entidades más, y el análisis jurídico de los términos en los cuales se sustentaría el convenio.

El cambio de gobierno federal a fines de 1994, que llevó a una gran incertidumbre sobre el futuro del Canal 22 (cuando Alejandra Lajous estuvo a punto de ser nombrada directora de ese canal) y, sobre todo, la crisis económica que afectó al país desde el inicio de 1995, disolvieron el proyecto de retransmisión. Pero para la rectoría de la institución, el objetivo de contar con sus propios canales de transmisión no desapareció. A fines del mismo 1995, comenzaron las transmisiones radiofónicas al interior del campus, con una potencia de 15 watts.<sup>88</sup>

Las adversas condiciones económicas en las que se sumió el país y que arrastraron a todos los sectores productivos, repercutieron en la universidad y, en consecuencia, en las áreas como la comunicación y la cultura, consideradas no prioritarias. La nueva devaluación de la moneda, la restricción del gasto público, la disminución del reclutamiento de estudiantes, la deserción de los alumnos y la cartera vencida de la institución, provocaron la contracción de las actividades al interior de la universidad. Se orientaron recursos hacia los servicios estudiantiles y la planta académica, en detrimento de las áreas administrativas. En estas condiciones, el proyecto de televisión de la universidad comenzó a perder sustento, pues tres años de cancelación de las partidas presupuestales dirigidas a la adquisición de equipamiento, provocaron que la infraestructura del DPA comenzara a deteriorarse, en tanto que todos los esfuerzos de

---

<sup>88</sup> Las transmisiones de radio que se dieron a conocer a través de los periódicos de la localidad, se iniciaron con la inauguración formal de la cabina y el transmisor en octubre de 1995. El antecedente inmediato había sido "Stereo Dorms", una señal pequeña atendida por estudiantes de la carrera de comunicación y dirigida, fundamentalmente, a los dormitorios de la universidad durante las noches. Irónicamente, la salida al aire se anticipó al otorgamiento del permiso oficial y, después de una reprimenda por parte de las autoridades de SCT, la institución tuvo que retirar la señal a pocas semanas de haberla mandado al aire.

autofinanciamiento fueron insuficientes.

Enrique Cárdenas puso en perspectiva a la universidad con miras al año 2000, en su informe de 10 años de labores, llevado a cabo en septiembre de 1995. Con este fin, la UDLA-P trató de reforzar sus acciones de difusión para incrementar el número de estudiantes, y se lanzó a la búsqueda de apoyos para la investigación, los estudios de posgrado y para el resto de servicios estudiantiles como computadoras, laboratorios y biblioteca.

A pesar de esto, las autoridades universitarias le encargaron a la Dirección de Comunicación y Promoción Institucional que realizara los estudios necesarios para determinar la factibilidad de instalar una transmisora de televisión. Por otra parte, se iniciaron negociaciones con la empresa cablera local, con el fin de que la universidad ocupara uno de sus canales. El plan para impulsar a la televisión demostraba buenas perspectivas, sin embargo, la institución no pudo prever que la misma política económica en la que había empeñado su postura como institución, acabaría por ponerla contra la pared.

A fines de 1995, la crisis económica y la nueva devaluación de la moneda, llevó a la UDLA-P a un gran déficit financiero. La imposibilidad de incrementar aún más las colegiaturas, que desde antes la ubicaban como una de las universidades más caras del país, aunada a los errores de planeación administrativos, llevaron a la universidad a la agudización de su crisis económica.

En diciembre de ese año la UDLA-P tocó fondo. Despidió a un considerable número de trabajadores, concesionó algunos de sus servicios, desapareció otros, reorganizó sus dependencias, fusionó unas con otras, y finalmente disolvió a una: el Departamento de Producción Audiovisual. Fue así como la universidad dió por terminada su incursión por la televisión pública y cerró su proyecto de producción y transmisión. La Dirección de Promoción, regresó a la atención de acciones de reclutamiento de estudiantes y su Departamento de Comunicación, a asumir funciones de prensa.

A pesar de que el proyecto de televisión alcanzó una presencia importante a nivel nacional, las autoridades nunca percibieron con claridad los alcances que logró la presencia de la UDLA-P en televisión. Fuera de la imagen que, en principio suponían que se obtenía con las transmisiones y que, a largo plazo, podría traducirse en captación de estudiantes, jamás vieron rentabilidad en el trabajo de televisión.

Con la producción realizada durante los años anteriores, la UDLA-P logró mantener su presencia en algunos canales regionales y en el Canal 22 durante varios meses más, pero finalmente salió del aire.

No puede asegurarse con certeza cuál fue el alcance de los programas de la universidad. Un dato preciso implicaría la contratación de un costoso estudio de recepción, que la institución jamás se planteó considerar. El DPA tenía una vaga idea del impacto de la transmisión de sus programas, por la frecuencia con la que recibía telefonemas de personas que solicitaban mayor información sobre programas específicos o copiados. Múltiples comentarios favorables recibió de alumnos, padres de familia, profesores y de la comunidad universitaria en general, así como de personas de otros estados que no tenían ningún vínculo directo con la UDLA-P. Ninguna evidencia concreta permitió reivindicar el proyecto de televisión.

Algunos miembros de la Junta de Rectoría, que conforman la mayor representación de las autoridades académicas de la universidad, aferrados a una concepción más bien tradicional del papel de las universidades particulares, nunca estuvieron de acuerdo con que la universidad llevara a cabo tareas extensoras de esta naturaleza. En una reunión del Comité de Imagen, un vicerrector se aventuró a afirmar, que "jamás universidades como Harvard o Yale han necesitado de la televisión para dar a conocer sus trabajos. El nivel académico con el que cuentan ha sido suficiente para atraer a los estudiantes".<sup>89</sup> Su postura (en concordancia con el peso específico del

<sup>89</sup> Comentarios hechos por el Dr. Antonio Sánchez Aguilar, Vicerrector de Apoyo Académico de la UDLA Puebla, en una reunión del Comité de Imagen realizada en 1994.

puesto) dejaba clara, por una parte, su ignorancia con respecto a las condiciones sociales en las que se insertan las universidades privadas en nuestro país, obligadas a redoblar sus esfuerzos de promoción para la incorporación de estudiantes, y por otra, la absoluta falta de visión ante un proyecto apoyado por la rectoría, cuya magnitud no pudo ser asimilada por el resto de la cúpula administrativa. Este desinterés se correspondía con una observación planteada mucho tiempo atrás: en el gran proyecto que pretende impulsar la UDLA-P, para convertirse en una universidad de excelencia cuyos patrones respondan al modelo norteamericano, las acciones de extensión, cuando no ocupan un mínimo espacio, son vistas como funciones de responsabilidad administrativa completamente ajenas a las funciones sustantivas de la universidad.

Con la desaparición de TV UDLA, se desaprovechó toda la infraestructura inmobiliaria y técnica cuya conformación implicó el empleo de importantes recursos económicos, con el fin de -paradójicamente- emplear racionalmente los recursos económicos. Por otro lado, se echaron por la borda los esfuerzos realizados por la institución para proyectar a nivel nacional -a través de la televisión-, la imagen de una nueva propuesta de universidad privada.

## Una conclusión definitiva

Los medios de comunicación masiva en México nacieron ligados a la actuación del Estado, sustentado en un proyecto político nacionalista cuyos valores de justicia social y fuerte presencia en la economía, fueron determinantes en el desarrollo de las instituciones sociales. Dicha estructura de gobierno -que le valió al país un largo período de estabilidad- fue confrontada a mediados de los años ochenta, en el marco de una profunda crisis económica, por el ascenso de un proyecto político neoliberal que llevó a una creciente intervención del mercado internacional, a la aplicación de medidas económicas restrictivas, y a la contracción de la planta productiva.

La crisis económica y política que sufrió el país desde principios de los años ochenta, hasta mediados de los noventa, se reflejó tanto en la actuación de los medios de comunicación, como en el desarrollo de la educación en el país. La relación que se estableció entre ambos sectores, en distintos momentos y en diferentes condiciones, determinó muchos de los procesos de comunicación implementados por las instituciones de educación superior. Los medios de comunicación buscaron en las universidades -institución representativa de un sector social importante-, constante información, análisis y evaluación de los problemas nacionales. Por su parte, las universidades encontraron en los medios la difusión de sus actividades y la justificación de sus tareas. Como lo plantea Guillermo Tenorio, el acceso de las universidades a los medios de comunicación, son un recurso legitimador de su acción y de su pensamiento y, en tanto que su hacer y pensar es coincidente con la formación social imperante, legitima el estado de cosas.<sup>90</sup>

Las universidades incrementaron sus recursos de difusión, tanto impresos como electrónicos, así como su interés por acceder a los medios de difusión masiva públicos y privados, lo cual motivó a la profesionalización de sus áreas encargadas

<sup>90</sup> TENORIO, *op. cit.*

de la comunicación. La difusión adquirió diferentes significados para las universidades: como articuladora de la interacción de su comunidad, como recurso de imagen de las casas de estudio, como instrumento político de determinadas administraciones, como instrumento de negociación de mejores condiciones y mayores recursos, y como divulgación de los resultados de sus tareas académicas.

Estos valores no eran compartidos por las universidades privadas que, de cualquier manera, tampoco tenían un papel social relevante. Accedían a los medios tradicionalmente como un recurso publicitario dirigido al incremento de sus matrículas. Sin la necesidad de justificar su tarea como institución pública ante la sociedad, sus criterios de difusión eran determinados por las necesidades del mercado. Se trataba, más que nada, de la pelea por un sector de estudiantes minoritario con la capacidad económica para acceder a una universidad particular o por los estudiantes que dejaban fuera las universidades públicas.

Las más importantes universidades privadas de los centros urbanos de mayor desarrollo en el país, como Guadalajara, Monterrey, el Distrito Federal y Puebla, orientaron sus contenidos académicos a la corriente de pensamiento de los grupos dominantes del empresariado y el Estado: el neoliberalismo. El modelo educativo asumido por la Universidad de las Américas-Puebla, se identificó perfectamente con los intereses de los grupos políticos y empresariales comprometidos con el nuevo proyecto. No podía haber sido de otra manera, pues la UDLA-P a partir de que Manuel Espinosa Iglesias definió los rumbos de la institución en 1985, recibió el apoyo de personajes del ámbito industrial y financiero completamente involucrados con esta nueva tendencia económica en el país, como Roberto Hernández, Rómulo O'Farril Jr. y Carlos Slim Helú, además de un número significativo de empresarios poblanos.

El proyecto y el pensamiento de una universidad privada con esta tendencia, no dejaba de ser un elemento importante en la formación de cuadros dirigentes, políticos y empresariales, que pudieran ir tomando la estafeta del país. Como

parte de -según las llaman Cordera y Tello- "las fuerzas mejor organizadas de la sociedad" que apoyaron e impulsaron al nuevo grupo que alcanzó la hegemonía del Estado, algunas universidades privadas colaboraron adecuadamente en la elaboración y difusión sistemáticas de concepciones y proposiciones de carácter global que, de alguna manera, colaboraban en la redefinición total del rumbo del desarrollo nacional. El ejemplo más claro en el caso de la UDLA-P, se encuentra en su Departamento de Economía, del que surgieron algunos de los cuadros medios e intermedios de las administraciones de Carlos Salinas de Gortari y Ernesto Zedillo. En este cambio, a la educación privada le tocó la tarea de crear una conciencia elaborada y precisa del papel que deberían cumplir los nuevos profesionistas en el nuevo proyecto de país.<sup>91</sup> Tal fue el caso del impulso que se dió a las organizaciones de jóvenes emprendedores y jóvenes empresarios.

La relación personal del rector de la UDLA-P, Enrique Cárdenas, con el grupo de economistas que habían venido liderando al país en los últimos dos sexenios, y su identificación con el proyecto político asumido por el gobierno de Zedillo, pusieron a la UDLA-P en el umbral del lanzamiento de la universidad como modelo de institución para el futuro del nuevo país en formación. De hecho, alumnos egresados de la Universidad de las Américas-Puebla, comenzaron a ingresar a la administración pública tanto del gobierno federal como de los estatales, en puestos de alta responsabilidad.

La UDLA-P creó las condiciones de infraestructura y de servicio para formar una especie de "think tank" mexicano, y lo complementó con los mejores recursos técnicos y materiales. Consecuente con este proyecto, motivó la adquisición de las más modernas redes de información y la conformación de un ambicioso proyecto de comunicación, tanto para el interior como para el exterior de la misma.

Comenzó así a jugar un nuevo papel para la sociedad, al acceder a los foros públicos con una postura bien definida del país y del mundo. Al mismo tiempo, su

---

<sup>91</sup> TELLO, Carlos y CORDERA, Rolando. *México, la disputa por la nación: perspectivas y opciones de desarrollo*. México: Siglo XXI, 1985

nueva presencia social permitió que se le considerara como una fuente de información válida. Se había empeñado bastante para lograr ser aceptada como instancia seria y responsable en la expresión de su opinión sobre distintos aspectos de la problemática del país.

Pero la magnitud de su labor colocó a la universidad en un ámbito de la comunicación que rebasó las acciones puramente promocionales y la llevó a un plano de responsabilidad y compromiso con un público y unos medios que habían aceptado su propuesta de difusión. Sus producciones documentales sobre distintas temáticas y su calidad técnica y de contenido, le permitieron incursionar en los más importantes canales de televisión públicos y culturales del país, lo cual constituyó un importante precedente de participación de las instituciones de educación superior privadas, en los medios de comunicación.

Por esta razón, la suspensión del proyecto de televisión, más allá de la falta de responsabilidad de la UDLA-P para atender los compromisos ya contraídos con televisoras, productoras y otras instancias, puso en cuestionamiento la capacidad de las instituciones de educación superior privadas para sostener proyectos de esta naturaleza. La filosofía profundamente elitista de la UDLA-P, que inculca la separación entre "lo académico" y "lo administrativo", se tradujo en la incompreensión de los esfuerzos de comunicación y extensión impulsados desde estas dependencias.

Con este criterio de por medio, las acciones de difusión de la cultura y de divulgación hacia públicos externos, implementados desde instancias administrativas, fueron percibidas como meras funciones de apoyo y no como tareas sustantivas de la universidad. De tal suerte, al confrontar una de sus más serias crisis económicas, para las autoridades resultaron fácilmente prescindibles áreas de trabajo importantes como la producción de televisión y la editorial, en su bifurcada idea de preservación de lo académico.

A manera de conclusión, intentaremos dar respuesta a las interrogantes

que fueron planteadas en el proyecto de este trabajo:

1. El proyecto de televisión universitaria de la UDLA-P cumplió con los objetivos por los que fue creado: difundir el trabajo académico, de investigación y de creación artística desarrollado por la institución. De hecho rebasó las expectativas depositadas en el proyecto inicial, al llevar su programación más allá de la frecuencia del Canal 11 y acceder a los sistemas públicos de radio y televisión, así como a los organismos y canales culturales y educativos más importantes del país.

2. El intento de proyectar la imagen de la UDLA-P a través de los medios masivos, respondió a un proyecto de comunicación impulsado desde la propia rectoría de la institución; sin embargo, el resto de los miembros de la administración con capacidad de decisión, no entendieron al proyecto como parte de una nueva concepción de la universidad. Si en dos de las funciones sustantivas de una universidad -la docencia y la investigación- la UDLA-P dió pasos importantes, en la tercera acción obligada -la de extensión- sus funciones fueron meramente coyunturales.

3. La falta de apoyo al proyecto de televisión demostró que, aunque la universidad ha adquirido un grado de desarrollo significativo como institución académica y comienza a definir líneas sobre su función en el contexto político del país que la han llevado a establecer nexos entre sectores importantes de la sociedad, carece de una visión clara sobre la importancia de los medios de difusión en este contexto y el papel que éstos pueden jugar en el cumplimiento de sus objetivos.

4. A pesar de que la UDLA-P se ha caracterizado por su origen y vínculos con el sector privado, e ideológicamente puede ser coincidente con los medios de difusión comerciales, la relación entre instituciones, cuando se trata de intereses de índole económico -como el uso de tiempos de programación- son difícilmente negociables.

5. El acceso -relativamente fácil- a la UDLA-P para ocupar las frecuencias de canales de televisión de carácter público, fue producto de la apertura de

estos medios a otros sectores de la sociedad, a consecuencia de un viraje en las posturas oficiales del Estado con respecto a su representación social.

6. Los contenidos de la programación de televisión de la UDLA-P, no se plantearon como difusión de una postura ideológica, ni como promoción institucional, más bien favorecieron la responsabilidad y el fundamento académico en todas las temáticas abordadas. Este rasgo le permitió a la universidad la confianza de los medios. Para la UDLA-P, la difusión misma de su trabajo académico y la seriedad de sus propuestas, fueron el aval para un público del cual se esperaba el reconocimiento como interlocutor.

7. Con la desaparición del DPA, la UDLA-P perdió presencia a nivel nacional y retrocedió en un proyecto de medios universitarios para la divulgación que no podrá ser substituído con la presencia esporádica de las producciones estudiantiles. Se puede afirmar que la UDLA-P se había convertido en la vanguardia de las universidades privadas en materia de televisión. Esto puede dar lugar a que, por una parte, otras instituciones interesadas en aventurarse en este campo se retraigan aprovechando la experiencia ajena; o, en el mejor de los casos, otra institución trate de cubrir el espacio que ha quedado vacío.

8. Finalmente, con la experiencia de TV UDLA queda demostrado que, a pesar de los esfuerzos por hacer de una institución de educación superior privada una universidad, si carece de principios que sostengan firmemente su filosofía y proyecto social, en su desempeño prevalecen los intereses de orden económico dictados por los dueños del capital.

## Bibliografía

- Aguilar Rojas, José, **La efectividad publicitaria del canal Súper 3 de Puebla. Una perspectiva desde la heterogeneidad programática.** Tesis para obtener el título de licenciado en comunicación. Departamento de Comunicación, Universidad de las Américas-Puebla, México, 1991.
- Anuario Estadístico, Licenciaturas en Universidades e Institutos Tecnológicos.** México: ANUIES, 1991.
- Bolmann, Karin, **Medios de comunicación y sistemas informativos en México.** México: Alianza, 1989.
- Camp, Roderic A. **Los empresarios y la política en México: Una visión contemporánea.** México: Fondo de Cultura Económica, 1990.
- Castillo Camacho, José Ernesto, **Televisoras regionales en México, un análisis de siete casos.** Tesis para obtener el título de licenciado en Ciencias de la Comunicación. Departamento de Ciencias de la Comunicación, Universidad de las Américas-Puebla. México: 1992.
- Castrejón Díez, Jaime, **La educación superior en México.** México: Edicol, 1979.
- Cremoux, Raúl, **La legislación mexicana en radio y televisión.** México: Universidad Autónoma Metropolitana, 1982.
- Crovi Druetta, Delia María, "La televisión en las universidades públicas". En Toussaint Alcaráz, Florence (Coordinadora), **¿Televisión pública en México?** México: CONACULTA, 1993.
- Crovi Druetta, Delia María, **La televisión por cable: El caso mexicano.** México, FCPyS-UNAM, 1990.
- Chagoyán García, Benjamín, *et al.*, **Videografía de la televisión universitaria.** Tesis para obtener el título de licenciado en Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. México, 1989.
- Esparza O., Luis, **La política cultural del Estado Mexicano y el desarrollo de la televisión.** México: TICON, 1984.
- Espinosa, César H., **Ideología y comunicación política.** México: Quinto Sol, 1981.
- Esteva Gustavo. **El Estado y la Comunicación.** México: Nueva Política. 1979.
- Fernández Christlieb, Fatima. **La radio mexicana, centro y regiones.** México: Juan Pablos, 1991.
- Fernández Christlieb, Fátima. **Los medios de difusión masiva en México.** México: Juan Pablos. 1985 (3era ed.).

- González List, Verónica y Macías Ramírez de Arellano, Cecilia, **La radio en Puebla: origen y desarrollo (1923-1989)**. Tesis para obtener el título de licenciado en comunicación. Universidad Iberoamericana Golfo Centro. Puebla, 1990.
- Gutiérrez Rueda, Carlos Ramiro, **Imagen de TV 3 ¿Casualidad o causalidad?**. Tesis para obtener el título de licenciado en comunicación. Departamento de Comunicación, Universidad de las Américas-Puebla, México, 1992.
- Hamilton, Nora, **México: los límites de la autonomía del estado**. México: Era, 1983.
- McQuail, Denis, **Introducción a la teoría de la comunicación de masas**. México: Paidós, 1992, p.59.
- Meléndez Crespo, Ana, "La educación y la comunicación en México". En Patiño, Alfredo (Compilador), **La comunicación educativa**. México: COSNET, 1985.
- Moreno Botello, Ricardo y Kent Serma, Rollin, **La educación superior en Puebla 1970-1990**. México: Universidad Autónoma de Puebla, 1992.
- Ojeda Castañeda, Gerardo (Director), **Material audiovisual educativo y cultural en México. Guía 1986**. México: COSNET, 1985.
- Poli, Jorge H., **Comunicación social**. Buenos Aires: Economía y empresa/Prolam, 1974.
- Sánchez Ruíz, Enrique E., "Sociedad civil y comunicación: la televisión pública estadounidense". En Toussaint Alcaráz, Florence (Coordinadora), **¿Televisión pública en México?** México: CONACULTA, 1993.
- Sánchez Ruiz, Enrique E., **Medios de difusión y sociedad. Notas críticas y metodológicas**. México: Universidad de Guadalajara, 1992.
- Tello, Carlos y Cordera, Rolando, **México, la disputa por la nación: perspectivas y opciones de desarrollo**. México: Siglo XXI, 1985.
- Tenorio Herrera, Guillermo, **Comunidad y comunicación universitaria**. México: UAP, 1987.
- Trejo Delarbre, Raúl, **La sociedad ausente. Comunicación, democracia y modernidad**. México: Cal y arena, 1992.
- Verdugo-Fuentes, Waldemar, *et. al.* **Fundación Mary Street Jenkins. México 1954-1988**. México: Edición especial, 1988.
- Villanteva, Ernesto, **El sistema jurídico de los medios de comunicación en México**. México: Triana/UAM, 1995.

## Hemerografía

- Carrillo Huerta, Mario M., **El desarrollo económico de Puebla 1981-1986**. México: Marco Polo Editores, 1988.
- "Ceremonia de apertura de cursos, semestre de Primavera '86". Nota del boletín informativo oficial de la Universidad de las Américas-Puebla. **Perfiles universitarios**. México, No. 1, enero 1986, p. 2.
- "Discurso del doctor Enrique Cárdenas, 50 graduación". Nota del periódico **Perfiles de la UDLA**. Cholula, Puebla, 15 de agosto de 1994. p. 2.
- Gendreau Maurer, Mónica, "Aspectos relevantes del desarrollo en el estado de Puebla y sus implicaciones en el quehacer universitario". Revista **Magistralis**. México: Universidad Iberoamericana Golfo Centro, julio-diciembre de 1994. No. 7.
- Granados Chapa, Miguel Angel, "La televisión del estado. En busca del tiempo perdido". Revista **Nueva Política**. México: Nueva Política, julio-septiembre 1976. Vol. 1, No. 3
- La Jornada**, 3 de junio de 1995, México, D.F.
- La Jornada**, 5, 6 y 21 de junio de 1995, México, D.F.
- La Jornada**, 22 de junio de 1995, México, D.F.
- La Jornada**, 25 de abril de 1995, México, D.F.
- La Jornada**, 27 de junio y 14 de julio de 1995, México, D.F.
- "La necesidad de establecer y consolidar un sistema de planeación en la Universidad de las Américas-Puebla". **Perfiles universitarios**. México, No. 3, abril 1986, p. 1.
- Malvido, Adriana, "El futuro ya está aquí, más no ha sido justamente distribuido: William Gibson". Reportaje. Periódico **La Jornada**. México, jueves 23 de noviembre de 1995, p. 25.
- Media Data México 94**. México: Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad, 1994.
- Mejía Barquera, Fernando, "Televisión por cable: una visión global". Revista **Intermedios**. México: Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, agosto-octubre 1993. No. 8. pp. 36 a 51.
- "Memoria presente". Revista **Intermedios**. México: Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, marzo 1992. No. 1, p. 78.
- Saldiema, Georgina, "En licenciatura, sólo uno de cada ocho jóvenes". Reportaje. Periódico **La Jornada** México, lunes 3 de julio de 1995. p. 64.

Sánchez Ruíz, Enrique, "Historia mínima de la televisión mexicana". **Revista Mexicana de Comunicación**. México: Fundación Manuel Buendía, julio-agosto de 1991, año 3, No. 18, p. 33.

Sarmiento, Sergio, "Las dos educaciones". Revista **Origina**. México: Guilardi Editores, mayo 1995.

#### Documentos

**Acta constitutiva de la Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales**. 2 mayo de 1995, Pachuca, Hgo.

**Coloquio: radio y televisión de servicio público para Jalisco**. México, Secretaría de Cultura, Gobierno de Jalisco, 1994.

**Convenio celebrado entre el Canal 11 del IPN y la Universidad de las Américas-Puebla**, el 18 de marzo de 1991.

**Criterios generales de planeación 1993-1995**, documento de la Dirección de Promoción de la UDLA Puebla, 1993.

**Crónica del 7º encuentro nacional de televisoras públicas y culturales**, Canal 9 de Televisión de San Luis Potosí, 1994, México.

**Diez años de hacer universidad hacia el año 2000**. Informe de actividades 1985-1995. Universidad de las Américas-Puebla, septiembre de 1995.

**Documento de Política General para el Establecimiento de Políticas**. Departamento de Organización y Métodos de la Universidad de las Américas-Puebla, 15 de enero de 1992.

**Documento de trabajo sobre políticas generales del Departamento de Producción Audiovisual de la Universidad de las Américas-Puebla**, 1994.

**Estadísticas sobre los programas de radio y televisión producidos en el Departamento de Producción Audiovisual, TV UDLA, período: enero 1991-julio 1993**, documento del Departamento de Producción Audiovisual de la UDLA Puebla, 1993.

**Informe 1985-1995** (Versión al 24 de julio de 1995) Documento fotocopiado. Fundación Universidad de las Américas-Puebla, Cholula, Puebla. 1995.

**Informe de labores 1990-1991, 1991-1992, 1992-1993 y 1995**, del rector Enrique Cárdenas Sánchez a la comunidad de la Universidad de las Américas-Puebla.

**La educación superior privada en México (1980-81). Su aportación al desarrollo de la nación (anteproyecto)**, presentado a la Presidencia de la República. México: 1980.

**La televisión educativa en México**. Sabau García, Pedro y Ojeda Castañeda, Gerardo. Unidad de Televisión Educativa, SEP. México, enero-mayo 1995.

**Ley federal de radio y televisión, Contrato ley de la industria de la radio y la televisión 1988, Reglamento interior de trabajo.** México: Grupo ACIR Nacional, 1988.

**Nuestro campus.** Original fotocopiado del libro conmemorativo del 25 Aniversario de su establecimiento en Puebla. UDLA. Santa Catarina Mártir. Cholula, Puebla. Mayo de 1995.

**Origen del Canal 53.** Hernández Venegas, Julián E. , Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica, Universidad Autónoma de Nuevo León. México, sin fecha.

**Plan de Desarrollo 1991-1992,** Dirección de Promoción y Comunicación Institucional de la Universidad de las Américas-Puebla, abril de 1991.

**Plan de Desarrollo Estatal 1983-1988,** Gobierno del Estado de Puebla.

**Programa Nacional de Extensión de la Cultura y los Servicios.** Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Educación Superior. México, julio de 1995.

**Proyecto de desarrollo de TV UDLA,** Dirección de Promoción y Comunicación Institucional, junio 1991.

**Reporte de actividades TV UDLA, otoño 91-primavera 93,** documento del Departamento de Producción Audiovisual de la UDLA Puebla, 1993.

**Sistema de producción y difusión audiovisual, TV UDLA.** Dirección de Promoción y Comunicación Institucional de la Universidad de las Américas-Puebla, 1992.

**TV UDLA, sistema de producción y difusión audiovisual.** Documento de la Dirección de Promoción y Comunicación Institucional de la UDLA Puebla, 1992.

**UDLA Catálogo 93-94.** México Universidad de las Américas-Puebla, 1993.

## ANEXO

### Catálogo de programas producidos por TV UDLA

#### SERIE: PUEBLA. PATRIMONIO HISTORICO DE VALOR UNIVERSAL

##### • *Calpan, el Canto de las Piedras*

Muestra una de las aportaciones mexicanas a la arquitectura universal: las capillas posa situadas en las esquinas del atrio del convento, que son llamadas así porque en las procesiones una niña vestida de ángel se "posaba" al llegar a cada capilla. Estas cuatro capillas tienen la misma estructura: planta cuadrada con dos arcos de medio punto y una cubierta piramidal.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Arquitecto Ignacio Cabral/ **Realización:** Gerardo Ortiz Pizzini/ **Asistencia de producción:** Juan Manuel Mendiola/ **Edición:** Alfredo Dorado Tapia/ **Cámara:** Delfino Nolasco/ **Guión:** Juan Ramón Ariza/ **Coordinador de producción:** Hector Sámpera/ **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción General:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1991/ **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

##### • *Animas Entre las Piedras, Cuauhtinchan*

Relata el origen de esa población, describe el valor artístico y arquitectónico de su convento franciscano y nos introduce a la práctica de la medicina herbolaria, arraigada al pensamiento mágico-religioso de los lugareños.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Realización:** Gerardo Ortiz Pizzini, Leopoldo Sánchez/ **Asistencia de producción:** Luis Enrique Acevedo/ **Edición:** Alfredo Dorado Tapia/ **Cámara:** Delfino Nolasco/ **Guión:** Mario Guzmán, Leopoldo Sánchez/ **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año:** 1992/ **Duración:** 26'30"/ **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

##### • *Puebla, Ciudad sin Nombre*

Resalta la perfección del trazo de la ciudad. Su forma reticular, a partir de dos ejes perpendiculares entre sí que parten de la plaza de armas, es claro ejemplo del modelo de ciudad que se pretendía aplicar a las poblaciones novohispanas.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Arq. Ignacio Cabral / **Realización:** Gerardo Ortiz Pizzini/ **Asistencia de producción:** Alfredo Dorado Tapia/ **Edición:** Juan Manuel Mendiola/ **Cámara:** Delfino Nolasco/ **Guión:** Verónica González List/ **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año:** 1992/ **Duración:** 26'56"/ **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

##### • *Obra de Ángeles*

Se describe la historia de la construcción de la Catedral y se recorren los espacios de mayor interés artístico y arquitectónico: las fachadas, torres y campanas, las naves interiores con sus capillas laterales, el coro, la cúpula, el altar mayor y el altar de los reyes.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Arq. Ignacio Cabral/ **Realización:** Leopoldo Sánchez/ **Asistencia de producción:** Emma Romero/ **Edición:** Alejandro Quezada, Romeo Peña Silva/ **Cámara:** Delfino Nolasco/ **Guión:** Verónica González List/ **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1992/ **Duración:** 28'56"/ **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

##### • *Torre de Marfil, Casa de Oro.*

Nos involucra en el ambiente monástico y religioso del lugar, al tiempo que describe la exuberancia de formas que recrean el paraíso celestial en la bóveda y muros.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Arq. Ignacio Cabral/ **Realización:** Leopoldo Sánchez/ **Asistencia de producción:** Marina Sánchez/ **Edición:** Romeo Peña Silva, Alejandro Quezada/ **Cámara:** Delfino Nolasco/ **Guión:** Leopoldo Sánchez/ **Coordinador de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción General:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1991/ **Duración:** 27'49"/ **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

##### • *Tonanzintla, Lugar de Nuestra Madrecha*

Muestra detalladamente el templo, construido en el siglo XVII y explica el arte y la interpretación local indígena. Varios personajes como los cuatro evangelistas, el tema de la crucifixión y los doctores de la iglesia, son representados en diferentes retablos y pechinas decorados con diferentes formas, colores y materiales, donde destaca la laminilla de oro para eternizar el mensaje divino.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Arq. Ignacio Cabral/ **Realización:** Iris Hernández/ **Asistencia de producción:** Emma Romero/ **Edición:** Gabriel Reyes, Antonio Morales, Alfredo Dorado Tapia/ **Cámara:** Alfredo López/ **Guión:** Juan Ramón Ariza/ **Coordinación de producción:** Hector Sámpera/ **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1992/ **Duración:** 27'/ **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

#### SERIE: ¡DESCUBRIMIENTO O ENCUENTRO DE DOS MUNDOS!

##### • *Choque y Fusión de dos Culturas*

Dos visiones, dos mundos... Choque y Fusión de dos Culturas, es un cuidadoso documento visual, sostenido por diversas fuentes, que cobra inusitada actualidad al cumplirse 500 años de este encuentro. La reivindicación de las concesiones de los vencidos y el asombro con el que los europeos descubrieron el nuevo mundo dan el acento a este programa.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Mtro. Ignacio Márquez Rodiles/ **Realización:** Alberto Numan Magadín/ **Asistencia de producción:** Eduardo Franco/ **Edición:** Ana Luisa Montes, Alberto Numan/ **Cámara:** Delfino Nolasco/ **Guión:** Eduardo Franco/ **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1992/ **Duración:** 27'/ **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación/ **Reconocimientos:** Programa seleccionado para formar parte del Festival VIDEO FIL VIDEO, Guadalajara, Jalisco, 1993.

##### • *Piedra y Hierro*

Muestra, con base en simbolismos visuales y atinados testimonios, lo que significó el encuentro de dos mundos.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Mtro. Ignacio Márquez Rodiles/ **Realización:** Juan Manuel Mendiola/ **Asistencia de producción:** Germán de Santos/ **Edición:** Juan Manuel Mendiola/ **Cámara:** Germán de Santos/ **Guión:** Ivan López/ **Coordinación de producción:** Hector Sámpera/ **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1991/ **Duración:** 27'36"/ **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

##### • *Doce Hombres sin Espadas*

Narración basada en las memorias de Fray Toribio de Benavente (Motolinía), uno de los primeros y más queridos franciscanos que llegaron a la Nueva España. Destaca las aportaciones que dicha orden hizo a los indígenas, sobre todo en educación y arte.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla. **Asesoría:** Mtro. Ignacio Márquez Rodiles. **Realización:** Iris Hernández, Juan Manuel Mendiola. **Asistencia de producción:** Iván López. **Edición:** Juan Manuel Mendiola. **Cámara:** Juan Manuel Mendiola. **Guión:** Iván López. **Coordinación de producción:** Héctor Sámpera. **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral. **Producción general:** José Antonio Meyer. **Año de producción:** 1991. **Duración:** 25' 46" / **Formato:** 3/4 U-Matic / **Público:** General / **Género:** Divulgación

- **Los Niños Beatos de Tlaxcala**

Intenta recrear, a través de imágenes actuales y escenificaciones que se unen a la iconografía religiosa, la violenta reacción del pueblo indígena ante la imposición de una creencia religiosa.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla. **Asesoría:** Arqueólogo Eduardo Merlo. **Realización:** Alberto Nulman Magadín. **Asistencia de producción:** Patricia Slim. **Edición:** Alberto Nulman Magadín. **Cámara:** Delfino Nolasco. **Guión:** Günther Petrak. **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva. **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral. **Producción general:** José Antonio Meyer. **Año de producción:** 1992. **Duración:** 27' 20" / **Formato:** 3/4 U-matic / **Público:** General / **Género:** Divulgación / **Reconocimientos:** Programa seleccionado para formar parte del Festival VIDEO FIL VIDEO, Guadalajara, Jalisco, 1993.

- **El Diablo**

Expone algunas nociones antropológicas y sociales sobre el sincretismo en relación al diablo y hace una reflexión de supervivencia en nuestras costumbres y tradiciones.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla / **Asesoría:** Arqueólogo Eduardo Merlo / **Realización:** Gerardo Ortiz Pizami, Juan Manuel Mendiola, Alfredo Dorado Tapia / **Edición:** Alfredo Dorado Tapia / **Cámara:** Delfino Nolasco / **Guión:** Günther Petrak / **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva / **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral / **Producción general:** José Antonio Meyer / **Año de producción:** 1992 / **Duración:** 25' 12" / **Formato:** 3/4 U-Matic / **Público:** General / **Género:** Divulgación

**SERIE: HERENCIA Y PROYECCION DE LA PLASTICA EN MEXICO**

- **Muralismo I, del Nacionalismo a la Integración Plástica**

Primera parte de un documental sobre la pintura mexicana, que comprende desde la época en que se instauran los primeros gobiernos posteriores a la revolución, hasta la mitad del siglo.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla / **Asesoría:** Maestro Ignacio Márquez Rodiles / **Realización:** Javier Téllez, Manna Sánchez / **Asistencia de producción:** Javier Téllez, Eduardo Franco / **Edición:** Javier Téllez, Manna Sánchez / **Cámara:** Noé Bautista, Melchor Morán / **Guión:** Eduardo Franco / **Coordinación de producción:** Héctor Sámpera / **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral / **Producción general:** José Antonio Meyer / **Año de producción:** 1991 / **Duración:** 28' 16" / **Formato:** 3/4 U-Matic / **Público:** General / **Género:** Divulgación

- **Muralismo II, De la Integración Plástica al Monumentalismo.**

Muralismo II, concluye el documento sobre esta técnica pictórica y nos habla de lo que sucedió en dicho terreno desde mediados de siglo hasta la actualidad.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla / **Asesoría:** Maestro Ignacio Márquez Rodiles / **Realización:** Javier Téllez / **Asistencia de producción:** María Eugenia Luna, Lucía de León / **Edición:** Javier Téllez, Manna Sánchez / **Cámara:** Noé Bautista, Melchor Morán / **Guión:** Eduardo Franco / **Coordinación de producción:** Héctor Sámpera / **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral / **Producción general:** José Antonio Meyer / **Año de producción:** 1991 / **Duración:** 28' 00" / **Formato:** 3/4 U-Matic / **Público:** General / **Género:** Divulgación

- **Desiderio Hernández Xochitlotzin: Retrato de un Pintor Regionalista.**

Un día cotidiano del artista, con testimonios propios, llenos de anécdotas y conceptos filosóficos e ideológicos, que determinan su fuerte personalidad y el gran amor que siente por su región y su historia.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla / **Asesoría:** Profesor Javier Téllez / **Realización:** Ma. Eugenia Luna / **Asistencia de producción:** Rosa María Tlalolini / **Edición:** Carlos Navarro / **Cámara:** Alfredo Avendaño / **Guión:** Ana Luisa Reed, Javier Téllez, Ma. Eugenia Luna / **Coordinación de producción:** Javier Téllez / **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral / **Producción general:** José Antonio Meyer / **Año de producción:** 1991 / **Duración:** 27' 32" / **Formato:** 3/4 U-Matic / **Público:** General / **Género:** Divulgación

- **Papel, Fibras y Colorantes**

Presenta a los artistas de varios talleres de producción de papel hecha a mano, que han investigado y aplicado las técnicas ancestrales del papel amatl, para diseñar nuevas creaciones.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla / **Asesoría:** Profesor José Lazcarro / **Realización:** Francisco Zarza / **Asistencia de producción:** Francisco Zarza / **Edición:** Ana Claudia Carrillo / **Cámara:** Francisco Zarza, Ana Claudia Carrillo / **Guión:** Rosa Ana Trigo / **Coordinación de producción:** Javier Téllez / **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral / **Producción general:** José Antonio Meyer / **Año de producción:** 1991 / **Duración:** 27' 16" / **Formato:** 3/4 U-Matic / **Público:** General / **Género:** Divulgación

- **Papel Wasbi Zoque!**

Muestra las posibilidades del papel y un recorrido por la gran variedad de obras de arte que pueden obtenerse con este procedimiento.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla / **Asesoría:** Profesor José Lazcarro / **Realización:** Francisco Zarza / **Asistencia de producción:** Jeannette Cuéllar / **Edición:** Ana Claudia Carrillo / **Cámara:** Ana Claudia Carrillo / **Guión:** Rosa Ana Trigo / **Coordinación de producción:** Javier Téllez / **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral / **Producción general:** José Antonio Meyer / **Año de producción:** 1991 / **Duración:** 28' 03" / **Formato:** 3/4 U-Matic / **Público:** General / **Género:** Divulgación

- **Arte Digital, Una Aventura Estimulante**

Describe cómo se involucra el video con la computación para expresarse a través de este medio.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla / **Asesoría:** Profesor Fernando Camino / **Realización:** Gerardo Ortiz Pizami / **Asistencia de producción:** Guillermo Gutiérrez / **Edición:** Alfredo Dorado Tapia / **Cámara:** Delfino Nolasco / **Guión:** Héctor Sámpera / **Coordinación de producción:** Héctor Sámpera / **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral / **Producción general:** José Antonio Meyer / **Año de producción:** 1991 / **Duración:** 27' 20" / **Formato:** 3/4 U-Matic / **Público:** General / **Género:** Divulgación / **Reconocimientos:** Ecran du Mexique, Jornadas de la Televisión y el Video Mexicanos, París, Francia, CONACULTA, 1992. Programa seleccionado para participar en el Terece Festival y Muestra Nacional de TV y Video de las I.E.S.

**SERIE: PUEBLOS CULTURAS Y TRADICIONES**

- **San Pablito, Cuna del Amatl**

San Pablito es una comunidad otomí ubicada en la sierra poblana, cuya principal actividad económica es la producción y comercialización del papel amatl. **Realización:** María Eugenia de Luna, Rafael Galván / **Edición:** Javier Téllez / **Cámara:** María Eugenia de Luna, Rafael Galván / **Guión:** María Eugenia de Luna, Rafael Galván / **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva / **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral / **Productor General:** José Antonio Meyer / **Año:** 1991 / **Duración:** 27' / **Formato:** 3/4 U-Matic / **Público:** General / **Género:** Divulgación

- **Tenejapa, un Rostro Oculto**

Un día de fiesta en la comunidad cholula que conjuga el cristianismo y la tradición indígena.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla. **Realización:** Guadalupe Santiago, Adriana Ferrero Gutiérrez/Cámara: Guadalupe Santiago. **Edición:** Guadalupe Santiago, Adriana Ferrero Gutiérrez. **Guión:** Guadalupe Santiago, Adriana Ferrero Gutiérrez. **Coordinación de producción:** Héctor Sainpérez. **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral. **Productor General:** José Antonio Meyer. **Año de producción:** 1993 (1991). **Duración:** 27'. **Formato:** 3/4 U-Matic. **Público:** General/ **Género:** Divulgación.

• ***Chihilo, la Herencia de un Pueblo***

Narra las costumbres culinarias, económicas, religiosas y festivas de esta comunidad, la cual conserva la lengua y las tradiciones de sus antecesores.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla. **Realización:** Leticia Bagatella. **Asistencia de producción:** Leticia Bagatella. **Edición:** Leticia Bagatella, Alfredo Dorado. **Cámara:** Leticia Bagatella, Pedro González. **Guión:** Leticia Bagatella. **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva. **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral. **Productor General:** José Antonio Meyer. **Año de producción:** 1993 (1992). **Duración:** 27'. **Formato:** 3/4 U-Matic. **Público:** General/ **Género:** Divulgación.

• ***Cholula, Un Rito Sobre las Ruinas***

Recoge el testimonio de un pueblo que celebra sus tradiciones de una manera original y colorida pues, quizá en ninguna otra parte, se advierte con tanta elocuencia el sincretismo religioso que durante septiembre puebla el aire de cantos, cohetes, música y pregones.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla. **Asesoría:** Doctor Robert Shadow. **Realización:** Gerardo Ortiz Pizzini. **Asistencia de producción:** Luis Enrique Acevedo. **Edición:** Alfredo Dorado Tapia. **Cámara:** Delfino Nolasco. **Guión:** Juan Ramón Ariza. **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva. **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral. **Productor General:** José Antonio Meyer. **Año de producción:** 1992. **Duración:** 26'. **Formato:** 3/4 U-Matic. **Público:** General/ **Género:** Divulgación.

• ***Encuentro de Bandas. San Felipe Otlattepec***

Se ilustra la vida de esta comunidad campesina que combina el trabajo artesanal y el cultivo de la tierra con la música. Resalta la fuerte herencia musical que se remonta muchos años atrás y que en la actualidad permite que el pueblo cuente con trescientos cincuenta filarmónicos que habitan bajo el cielo mixteco.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla. **Asesoría:** Arqueólogo Eduardo Merlo. **Realización:** Gerardo Ortiz Pizzini. **Asistencia de producción:** Juan Manuel Mendiola. **Edición:** Alfredo Dorado Tapia. **Cámara:** Delfino Nolasco. **Guión:** Alejandro Palma. **Coordinación de producción:** Mario Guzmán Corral. **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral. **Productor General:** José Antonio Meyer. **Año de producción:** 1991. **Duración:** 27'. **Formato:** 3/4 U-Matic. **Público:** General/ **Género:** Divulgación.

• ***Los Hombres que Reunió la Danza. Chiconcuautla, Puebla.***

Se resalta la función integradora de la danza sin desconocer los cambios y transformaciones que ésta ha sufrido.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla. **Asesoría:** Arqueólogo Eduardo Merlo. **Realización:** Gerardo Ortiz Pizzini, Juan Manuel Mendiola. **Edición:** Alfredo Dorado Tapia. **Cámara:** Delfino Nolasco. **Guión:** Francisco Acosta. **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva. **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral. **Productor General:** José Antonio Meyer. **Año de producción:** 1992. **Duración:** 27'19". **Formato:** 3/4 U-Matic. **Público:** General/ **Género:** Divulgación.

• ***Xico, La Primera Luz.***

Se pretende plasmar la vida cotidiana de los lugareños: la fiesta de la Magdalena, el día de los santos, las labores del campo y la tradición oral.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla. **Asesoría:** Profesor Javier Téllez. **Realización:** Iván López. **Asistencia de producción:** Elizabeth Lobato, Jesús Villanueva. **Edición:** Iván López, Romeo Peña Silva. **Cámara:** Juan de Dios Lastra, Saúl Ledesma, Giovanna Carbonell, Delfino Nolasco. **Guión:** Ana Irma Arroyo, Lorena Martínez. **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva. **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral. **Productor General:** José Antonio Meyer. **Año de producción:** 1992. **Duración:** 25'. **Formato:** 3/4 U-Matic. **Público:** General/ **Género:** Divulgación.

**SERIE: IMPACTOS CULTURALES, ECOS DE TRADICIÓN**

• ***La Salud Reflejo de la Comunidad. El Caso de San Andrés Cholula, Puebla***

Muestra las precarias condiciones de vida en una comunidad poblana. San Andrés, Cholula, la deficiente alimentación de su población y las repercusiones de esta carencia en el aprovechamiento escolar de los niños y en sus condiciones de salud.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla. **Asesoría:** Andrés Álvarez. **Realización:** Gerardo Ortiz Pizzini. **Asistencia de producción:** Lorena Martínez. **Edición:** Alfredo Dorado Tapia. **Cámara:** Delfino Nolasco. **Guión:** Juan Ramón Ariza. **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva. **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral. **Productor General:** José Antonio Meyer. **Año de producción:** 1993. **Duración:** 26'00". **Formato:** 3/4 U-Matic. **Público:** General/ **Género:** Divulgación.

• ***La Vivienda en el Círculo de la Pobreza***

San Andrés, Cholula, antigua comunidad cercana a la ciudad de Puebla, cuyas condiciones de pobreza se reflejan en su forma de vida.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla. **Asesoría:** Dr. Andrés Álvarez. **Realización:** Gerardo Ortiz Pizzini. **Asistencia de Producción:** Lorena Martínez Vázquez. **Edición:** Alfredo Dorado Tapia. **Cámara:** Delfino Nolasco. **Guión:** Gabriela Farfán. **Coordinador de Producción:** Romeo Peña. **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral. **Productor General:** José Antonio Meyer. **Año de Producción:** 1993. **Duración:** 26'30". **Formato:** 3/4 U-Matic. **Público:** General/ **Género:** Divulgación.

• ***Tabiqueros de Cholula***

Muestra la técnica de fabricación rudimentaria empleada por los tabiqueros; sus problemas sociales, económicos y de salud; la especulación de los intermediaristas, su singular comercialización y el difícil modo de vida de estos productores.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla. **Asesoría:** Antropólogo Roberto Shadow. **Realización:** Javier Téllez. **Asistencia de producción:** Alfredo Avendaño. **Edición:** Juan Manuel Mendiola. **Cámara:** Juan Manuel Mendiola, Francisco Arza. **Guión:** Javier Téllez, Ana Luisa Reed. **Coordinación de producción:** Javier Téllez. **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral. **Productor General:** José Antonio Meyer. **Año de producción:** 1991. **Duración:** 27'14". **Formato:** 3/4 U-Matic. **Público:** General/ **Género:** Divulgación.

• ***El Maguay, Abrevadero de los Dioses***

Una ventana a la historia de una planta generosa que aún hoy proporciona alimento, vestido y vivienda a quienes lo aprovechan con respeto.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla. **Asesoría:** Antropólogo Gustavo Barrientos. **Realización:** Gerardo Ortiz Pizzini. **Asistencia de producción:** Lorena Martínez. **Edición:** Alfredo Dorado Tapia. **Cámara:** Delfino Nolasco. **Guión:** Juan Ramón Ariza. **Coordinador de producción:** Romeo Peña Silva. **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral. **Productor General:** José Antonio Meyer. **Año de producción:** 1992. **Duración:** 27'45". **Formato:** 3/4 U-Matic. **Público:** General/ **Género:** Reconocimientos. Programa seleccionado para participar en VIDEO FILM VIDEO, Guadalajara, Jalisco, en 1993. Programa seleccionado para participar en el Tercer Festival y Muestra Nacional de TV y Video de las I.E.S.

• ***Calpulalpan, Ciudad de Mujeres***

Se remonta a los orígenes prehispánicos del lugar y arriba, entre tejidas y olor a líquido de frenos, al cruce de caminos y destinos de los habitantes.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Arqueólogo Gustavo Barrientos/ **Realización:** Iván López/ **Asistencia de producción:** Luis Enrique Acevedo/ **Edición:** Alejandra Quezada/ **Cámara:** Delfino Nolasco/ **Guión:** Miguel Flores Ribot/ **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1992/ **Duración:** 26'19"/ **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

• ***Nanacamilpa, Vida a Destajo***

Es el testimonio de la influencia que las políticas económicas tienen sobre los individuos y especialmente, sobre la familia, trastocando sus valores, costumbres y modos de interacción social.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Antropólogo Gustavo Barrientos/ **Realización:** Gerardo Ortiz Pizzini/ **Asistencia de producción:** Romeo Peña Silva/ **Edición:** Alfredo Dorado Tapia/ **Cámara:** Delfino Nolasco/ **Guión:** Miguel Flores Ribot/ **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1992/ **Duración:** 27'30"/ **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

• ***Bordando la Vida. Cuetzamal, Puebla.***

Recoge el testimonio de las mujeres serranas obligadas a dejar sus costumbres ancestrales para introducirse en la vida productiva sin más herramientas que sus manos. La creación de una cooperativa, la elaboración y venta de artesanías y los problemas que tuvieron que enfrentar son parte de la historia.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Antropólogo Gustavo Barrientos/ **Realización:** Gerardo Ortiz Pizzini/ **Asistencia de producción:** Octavid Hernández Sauto/ **Edición:** Alfredo Dorado Tapia/ **Cámara:** Delfino Nolasco/ **Guión:** Octavid Hernández Sauto/ **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1992/ **Duración:** 26'10"/ **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

• ***La Mujer de El Roble***

Ante la ausencia del hombre en la comunidad, provocada por los bajos salarios percibidos en su medio, la mujer campesina adquiere relevante importancia como pilar de su familia y baluarte de su sociedad.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Realización:** Juan Manuel Mendiola/ **Asistencia de producción:** Juan Manuel Mendiola/ **Edición:** Alfredo Dorado Tapia/ **Cámara:** Juan Manuel Mendiola, Alfredo Dorado Tapia/ **Guión:** Juan Manuel Mendiola/ **Coordinador de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción General:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1992/ **Duración:** 27'00"/ **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

**SERIE: CAMBIOS, HORIZONTES Y NUEVOS ESCENARIOS**

• ***Retos de la Apertura Comercial***

Plantea la necesidad de modernizar nuestros sistemas y conceptos productivos para integrarnos adecuadamente al bloque comercial propuesto en dicho tratado, así como al mercado mundial que día a día se hace más exigente y competitivo. Estudiantes, maestros, líderes sindicales, comerciantes, funcionarios y empresarios poblanos, dan a conocer sus puntos de vista al respecto.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Maestro Jorge Mejía/ **Realización:** Gerardo Ortiz Pizzini/ **Asistencia de producción:** Guillermo Gutiérrez/ **Edición:** Gerardo Ortiz Pizzini/ **Cámara:** Delfino Nolasco/ **Guión:** Héctor Sámpers/ **Coordinación de producción:** Héctor Sámpers/ **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1991/ **Duración:** 27'05"/ **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

• ***Confianza, Inversión y Crecimiento. Desafío de la Privatización***

Explica con detalle una de las medidas económicas más trascendentes adoptadas durante el gobierno del presidente Carlos Salinas de Gortari, con el fin de contener el proceso inflacionario, aumentar la producción y obtener la confianza del capital privado para incrementar la inversión.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Doctora Flavia Rodríguez/ **Realización:** Iris Hernández/ **Asistencia de producción:** Lorena Martínez/ **Edición:** Alfredo Dorado Tapia/ **Cámara:** Delfino Nolasco, Miguel Ángel Sánchez/ **Guión:** Verónica González List/ **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1992/ **Duración:** 26'35"/ **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

• ***El Maíz: Perspectiva de Esperanza***

Profundiza en la problemática de producción del maíz ante la apertura comercial y propone opciones que, en perspectiva, pueden ser una esperanza para el campesino mexicano.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Doctor Santiago León/ **Realización:** Leopoldo Sánchez/ **Asistencia de producción:** Lorena Martínez/ **Edición:** Alfredo Dorado Tapia/ **Cámara:** Delfino Nolasco/ **Guión:** Verónica González List/ **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1992/ **Duración:** 26'00"/ **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

• ***Nuevos Empresarios....Nuevas Empresas***

Habla de un intento por formar una nueva cultura empresarial en los egresados de las universidades. Así mismo se muestran los casos de tres empresas que, apoyadas por un programa de emprendedores, han impulsado estudiantes de diversas carreras.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Maestro Jorge Márquez/ **Realización:** Leopoldo Sánchez/ **Asistencia de producción:** Emma Romero/ **Edición:** Alejandro Quezada/ **Cámara:** Delfino Nolasco/ **Guión:** Francisco Acosta/ **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1992/ **Duración:** 29'22"/ **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

• ***Ganar el Mercado. Reto de Nuestros Textiles***

Hace un análisis detallado de las condiciones por las que atraviesa actualmente la industria textil, así como las medidas y planes que los industriales de la región han adoptado para enfrentar las condiciones de un mercado abierto a la competencia internacional.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Señor Rodolfo Budib/ **Realización:** Gerardo Ortiz Pizzini/ **Asistencia de producción:** Emanuel Cuéllar/ **Edición:** Alfredo Dorado Tapia/ **Cámara:** Delfino Nolasco/ **Guión:** Verónica González List/ **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1992/ **Duración:** 28'15"/ **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

• ***Renovación, Trabajo y Exportación, Futuro de la Industria Textil***

Muestra la problemática sufrida a raíz de las políticas de apertura comercial y las medidas a tomar por los empresarios de este sector para enfrentarse a Tratado de Libre Comercio.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Doctor Rogelio Arellano/ **Realización:** Gerardo Ortiz Pizzini/ **Asistencia de producción:** Juan Manuel Mendiola/ **Edición:** Alfredo Dorado Tapia/ **Cámara:** Delfino Nolasco/ **Guión:** Francisco Acosta/ **Coordinación de producción:** Romeo

Peña Silva/ **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1992/ **Duración:** 27' 19" / **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

- **La Industria Textil Poblana. Pionera del Altiplano**

Narra el proceso de crecimiento, desarrollo y consolidación de esta importante fuente de trabajo para la región

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Doctor Rogelio Arellano/ **Realización:** Gerardo Ortiz Pizzini/ **Asistencia de producción:** Juan Manuel Mendiola/ **Edición:** Alfredo Dorado Tapia/ **Cámara:** Delfino Nolasco/ **Guión:** Francisco Acosta/ **Coordinador de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción General:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1992/ **Duración:** 29' 14" / **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación/ **Reconocimientos:** Programa seleccionado para participar en Tercer Festival y Muestra Nacional de TV y Video de las I.E.S. y diploma por mejor trabajo de fotografía documental en dicho festival.

**SERIE: NUEVOS Hallazgos, NUEVAS TECNOLOGIAS**

- **Conservación de Alimentos**

Describe cuidadosamente el proceso de preservación a través del método de factores combinados y sus posibilidades de aplicación como tecnología de baja inversión y fácil manejo.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Doctor Jorge Welto Chanes, Maestro Alvaro Argañiz/ **Realización:** Sergio Aguilar/ **Asistencia de producción:** Ana Claudia Carrillo/ **Edición:** Ana Claudia Carrillo/ **Cámara:** Ana Claudia Carrillo/ **Guión:** Mario Guzmán Corral, Rogelio Silva/ **Coordinación de producción:** Mario Guzmán Corral/ **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1991/ **Duración:** 28' 43" / **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación/ **Reconocimientos:** Programa seleccionado para participar en el Tercer Festival y Muestra Nacional de TV y Video de las I.E.S. y diploma por mejor trabajo fotográfico en la categoría investigación científica y tecnológica.

- **Micropropagación, Solución para especies en peligro**

Muestra algunos trabajos realizados por investigadores de la Universidad de las Américas-Puebla, en el campo de la producción de especies vegetales a través de implantes.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Maestra Silvia Reyna Téllez/ **Realización:** Iris Hernández/ **Asistencia de producción:** Lorena Martínez/ **Edición:** Alejandro Quezada, Alfredo Dorado/ **Cámara:** Delfino Nolasco, Miguel Ángel García/ **Guión:** Teresa Gélver/ **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción General:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1993/ **Duración:** 25' 20" / **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

- **Hongos, El Tercer Reino**

Muestra el nivel alcanzado por la Universidad de las Américas-Puebla en la investigación de sustancias de los hongos, los logros obtenidos en este terreno y las perspectivas a futuro.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Doctor Ángel Trigos/ **Realización:** Gerardo Ortiz Pizzini/ **Asistencia de producción:** Lorena Martínez/ **Edición:** Alfredo Dorado Tapia/ **Cámara:** Delfino Nolasco/ **Guión:** Héctor Sámpera/ **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1992/ **Duración:** 25' 30" / **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación/ **Reconocimientos:** Programa seleccionado para participar en el Tercer Festival y Muestra Nacional de TV y Video de las I.E.S.

- **El Tercer Lóbulo Cerebral**

Se hace una somera revisión de los rumbos por los que ha transitado el estudio de la inteligencia artificial, el estado de la investigación en dicho campo en México y, en particular, sobre el desarrollo alcanzado en sistemas expertos, herramienta del futuro en diversas áreas de la actividad humana.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Doctor Antonio Sánchez, Doctor Géraldo Ayala, Maestro Warren Greiff, Doctora Ofelia Cervantes/ **Realización:** Leopoldo Sánchez/ **Asistencia de producción:** Emma Romero/ **Edición:** Alejandro Quezada/ **Cámara:** Delfino Nolasco/ **Guión:** Miguel Flores/ **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1992/ **Duración:** 28' 05" / **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

- **Energía solar. Una opción alcanzable**

Nos da un ejemplo del proyecto de utilización de la energía solar desarrollado en el campus de la Universidad de las Américas-Puebla para el suministro del agua caliente en sus instalaciones.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Ingeniero Fidel Vergara/ **Realización:** Gerardo Ortiz Pizzini/ **Asistencia de producción:** Juan Manuel Mendiola/ **Edición:** Alfredo Dorado Tapia/ **Cámara:** Delfino Nolasco, Sergio Aguilar/ **Guión:** Miguel Flores Iribot/ **Coordinador de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción General:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1992/ **Duración:** 26' 40" / **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

- **Al Cuerpo lo que Pida**

Se analiza la manera en que dos ramas de las ciencias físicas y humanas: la ergonometría y antropometría, inciden en el ámbito laboral y de los servicios públicos.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Antropólogo Gustavo Barrientos/ **Realización:** Leopoldo Sánchez/ **Asistencia de producción:** Iván López/ **Edición:** Alfredo Dorado Tapia/ **Cámara:** Rosendo Lázcano/ **Guión:** Héctor Sámpera/ **Coordinador de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1992/ **Duración:** 25' 25" / **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

**SERIE: ECOLOGIA, RETO DE NUESTRO FUTURO**

- **La Tierra con el Hombre**

Recoge la opinión de diferentes grupos ecologistas surgidos en Puebla y nos muestra algunas medidas tomadas con el fin de regenerar áreas dañadas y una nueva conciencia hacia la naturaleza.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Doctor Andrés Álvarez/ **Realización:** Gerardo Ortiz Pizzini/ **Asistencia de producción:** Lorena Martínez/ **Edición:** Alfredo Dorado Tapia/ **Cámara:** Delfino Nolasco/ **Guión:** Héctor Sámpera/ **Coordinador de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción General:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1992/ **Duración:** 25' 20" / **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

- **Cauce de Vida**

Muestra la labor de rescate de algunas fuentes naturales de agua, las tareas de análisis y supervisión de las aguas de consumo y los pasos que se siguen para darle cauce al líquido vital.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Ingeniero Dejavio Cabeza Bon/ **Realización:** José Luis Marañón/ **Asistencia de producción:** Patricia Slim Rangel/ **Edición:** Alejandro Quezada/ **Cámara:** Delfino Nolasco, Juan Manuel Mendiola, José Luis Santacruz/ **Guión:** Juan Ramón

**Ariza/ Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer **Año de producción:** 1992/ **Duración:** 25'01"/ **Formato:** 3/4 U-Matic **Público:** General/ **Género:** Divulgación

- **Jardín de Vida. La Flor en Tlaxcala**

Presenta esa gran variedad de plantas y el esfuerzo que se hace por preservarlas, en un recorrido por la colección del jardín botánico de Tlaxtlán.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla **Asesoría:** Doctor Andrés Álvarez **Realización:** Iraís Hernández **Asistencia de producción:** Emma Romero/ **Edición:** Alfredo Dorado Tapia/ **Cámara:** Alfredo López Lecona/ **Guión:** Francisco Acosta/ **Coordinación de producción:** Héctor Sampers/ **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1991/ **Duración:** 26'00"/ **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación **Reconocimientos:** Septimo festival internacional de cine y video científico - Xalapa, Veracruz/ AMRAC, U.V. 1992

- **En Busca del Edén**

A partir de los jardines botánicos de Xalapa, Tehuacán, Ciudad de México y Tlaxcala, el programa hace de estos espacios una metáfora del edén perdido, pues su recuperación implica belleza, conocimiento y conservación ecológica.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla **Asesoría:** Biólogo Arturo Arrieta/ **Realización:** Rafael Tonatuh/ **Asistencia de producción:** María Teresa Olza/ **Edición:** Alejandro Quezada/ **Cámara:** Delfino Nolasco, Salvador Carrillo, San Romero/ **Guión:** Teresa Olvera/ **Coordinador de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción General:** José Antonio Meyer **Año de producción:** 1992/ **Duración:** 27' 30"/ **Formato:** 3/4 U-Matic **Público:** General **Género:** Divulgación

- **Tehuacán...El Desierto de los Espíritus Verdes**

Es una alegoría y un acercamiento a las características de la flora y la orografía de esa parte del territorio poblano. Uno de los elementos más atractivos de este programa es su atmósfera mágica expresada en paisajes y plantas.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla **Asesoría:** Biólogo Arturo Arrieta/ **Realización:** Tonatuh González **Asistencia de producción:** Iván López/ **Edición:** Alejandro Quezada/ **Cámara:** Salvador Carrillo, Iván López/ **Guión:** Teresa Olvera/ **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año de Producción:** 1992 **Duración:** 26'19" **Formato:** 3/4 Umatic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación.

**SERIE: NUEVOS RUMBOS, NUEVAS POSIBILIDADES**

- **Museo de Antropología de Jalapa**

En el Museo de Antropología de la ciudad de Jalapa todas las leyendas se narran, en 3 salas que llevan 30 años recolectando historia. Esta vez, nuestra historia se abre con otros testimonios, otros conceptos: se visualiza la cultura como una sola: la del hombre, la de la humanidad entera.

**Producción:** Universidad de las Américas/ **Realización:** Noé Bautista **Asistencia de Producción:** Gerardo Sánchez/ **Edición:** Norma Ahurto, Melchor Morán/ **Cámara:** José Luis Santa Cruz/ **Guión:** Norma Ahurto, Melchor Morán/ **Coordinador de Producción:** Javier Téllez/ **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción General:** José Antonio Meyer/ **Año de Producción:** 1991/ **Duración:** 27'40"/ **Formato:** 3/4 Umatic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación.

- **Museo Amparo**

Nos invita a un recorrido cadencioso y exquisito por las salas del museo. La cámara toma las piezas del exclusivo acervo de este centro de cultura. Los comentarios de los especialistas responsables de cada época, nos permite apreciar el bien planeado diseño del museo.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Señora Angeles Yglesias/ **Realización:** Javier Téllez/ **Asistencia de producción:** Alfredo Avendaño/ **Edición:** Javier Téllez/ **Cámara:** Juan Manuel Mendiola, Francisco Zarza/ **Guión:** Javier Téllez/ **Coordinación de producción:** Javier Téllez/ **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año de Producción:** 1991/ **Duración:** 26'57"/ **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

- **Poemario Constructivo**

Los albañiles riven una gran ironía: construir un espacio que no habitarán. El concepto original del tema fue madurando conforme se realizó, hasta lograr el marco definitivo que describe la forma de amar, de trabajar o de divertirse de los hombres y mujeres del cemento y el ladrillo.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Realización:** Romeo Peña Silva, Iván López/ **Edición:** Romeo Peña Silva, Iván López/ **Cámara:** Delfino Nolasco/ **Guión:** Iván López/ **Coordinador de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción General:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1992/ **Duración:** 26' 05"/ **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

- **Nliva El Mole del Guajolote!, El Estridentismo en Puebla**

Nos habla de las peripecias del poeta Germán List Arzubide, por expresar sus ideas escandalosas y de estruendo en la tradicionalista Puebla de los Angeles.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla **Asesoría:** Maestro Ignacio Márquez Rodiles/ **Realización:** Rafael Tonatuh/ **Asistencia de producción:** Lorena Martínez/ **Edición:** Romeo Peña/ **Cámara:** Rosendo Lozano, Delfino Nolasco/ **Guión:** Verónica González List/ **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año:** 1992/ **Duración:** 26'53"/ **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

- **Escritores Mexicanos: Juan Villoro y Salvador Elizondo**

Repletas de signos y espejos a través de las narraciones de Villoro y Elizondo, se abre una puerta que da acceso a los rincones de un mundo extraño, nada ajeno al hombre común.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Doctora Georgina García/ **Realización:** José Luis Mariño **Asistencia de producción:** Patricia Slim/ **Edición:** José Luis Mariño **Cámara:** Delfino Nolasco, Luis Enrique Acevedo/ **Guión:** Günther Petrak/ **Coordinador de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción General:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1992/ **Duración:** 27' 20"/ **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

- **¿Me Regala Para mi Pan? Los Niños Marginados en Puebla**

Trata sobre la creciente problemática de los niños que sobreviven en la calle, y el esfuerzo que la escuela *Intivollot* y el DIF de la ciudad de Cholula, Puebla, hacen por proteger a algunos de ellos. Recrea la vida de los niños de la calle y la lucha que enfrentan diariamente por sobrevivir.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla **Realización:** Noé Bautista **Edición:** Emma Romero **Cámara:** Emma Romero, Marcela Ibarra **Guión:** Emma Romero, Marcela Ibarra **Coordinación de producción:** Javier Téllez/ **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer **Año de producción:** 1991 **Duración:** 28'51" **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General **Género:** Divulgación

- **Tlitrintero**

Algunos artistas y promotores de este arte explican el sentido plástico, educativo y mágico del trabajo con muñecos. De igual manera se hace un breve recorrido por la historia de los títeres en México, que se inicia con los muñecos articulados de la época precolombina y encuentra su expresión más acabada en las marionetas de Rosete Aranda.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Realización:** Iván López/ **Asistencia de producción:** Oscar Ramírez/ **Edición:** Alejandro Quezada/ **Cámara:** Rosendo Lazcano/ **Guión:** Ana Diaz, Iván López/ **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1992/ **Duración:** 27' / **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

• **Sentido Contrario**

Analiza la noción de la muerte y el sentido de la vida durante el difícil periodo de la adolescencia.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** María Guadalupe Gómez/ **Realización:** Juan Manuel Mendiola/ **Asistencia de producción:** Emma Romero/ **Edición:** Alfredo Dorado/ **Cámara:** Juan Manuel Mendiola/ **Guión:** Héctor Sámpera/ **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año de Producción:** 1992/ **Duración:** 26'30"/ **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

• **Educación de Excelencia: Soporte de la Modernización**

Se hace una revisión sobre el estado actual de la educación superior en México y se enfatiza en las acciones que las instituciones deben tomar para alcanzar un mejor nivel educativo.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Maestro Jesús Bravo Cid/ **Realización:** Adrián González/ **Asistencia de producción:** Lorena Martínez/ **Edición:** Adrián González/ **Cámara:** Delfino Nolasco/ **Guión:** Héctor Sámpera/ **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1992/ **Duración:** 26'50"/ **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

• **Ver para Aprender . La otra televisión.**

Especialistas en el campo de la televisión aportan sus puntos de vista sobre la situación actual de la televisión educativa y cultural en México. En este programa se exponen los aciertos y deficiencias que han tenido programas como la telesecundaria, así como los cambios que se han aplicado para hacerla eficaz.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Maestro José Antonio Meyer/ **Realización:** Gerardo Ortiz Pizzani/ **Asistencia de producción:** Lorena Martínez/ **Edición:** Alfredo Dorado Tapia/ **Cámara:** Delfino Nolasco/ **Guión:** Verónica González List/ **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1993/ **Duración:** 27'30"/ **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

• **Hacia una Televisión Universitaria Regional**

Pretende dar una visión aproximada al trabajo y objetivos de TV-UDIA, productora universitaria que busca ampliar su temática a las problemáticas de la región, desde un análisis de los especialistas universitarios.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Maestro José Antonio Meyer/ **Realización:** Gerardo Ortiz Pizzani/ **Asistencia de producción:** Guillermo Gutiérrez/ **Edición:** Alfredo Dorado Tapia/ **Cámara:** Delfino Nolasco/ **Guión:** Héctor Sámpera/ **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1991/ **Duración:** 27'00"/ **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

**SERIE: CREADORES SECRETOS DEL ARTE POPULAR**

• **Iztocan, el Lugar de las Caras Pintadas**

Recopila una serie de testimonios sobre el origen del barro policromado en "Iztocan", así como las técnicas para crear figuras y decorarlas.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Realización:** Romeo Peña Silva/ **Asistencia de producción:** Sara Casados Ruiz/ **Edición:** Alfredo Dorado Tapia/ **Cámara:** Delfino Nolasco/ **Guión:** Sara Casados Ruiz/ **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Productor General:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1993/ **Duración:** 27'00"/ **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación/ **Reconocimientos:** Video seleccionado para participar en video FIL en 1993

• **Tlacotalpan, al Son de la Jarana**

Programa que nos hace sentir y bailar el ritmo del son producido por la jarana, instrumento de cuerda, que según su tamaño es su sonido.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Realización:** Romeo Peña Silva/ **Asistencia de producción:** Sara Casados Ruiz/ **Edición:** Alfredo Dorado Tapia/ **Cámara:** Delfino Nolasco/ **Guión:** Sara Casados Ruiz/ **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Productor General:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1993/ **Duración:** 27' / **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

• **Ixtlahuaca, Trezando Colores**

Los artesanos de Ixtlahuaca nos narran como se ha transmitido de generación en generación la enseñanza del tejido en telar.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Realización:** Iris Hernández/ **Asistencia de producción:** Sara Casados Ruiz/ **Edición:** Alejandro Quezada/ **Cámara:** Delfino Nolasco/ **Guión:** Sara Casados Ruiz/ **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Productor General:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1993/ **Duración:** 27' / **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

• **Barro Negro, Barro Rojo**

Hace un recorrido por las dos regiones, donde el barro se moldea a manos libres y en torno. Ambos pueblos se acecan a través de la artesanía, a una frontera común.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Realización:** Javier Pérez Solano/ **Asistencia de producción:** Javier Pérez Solano/ **Edición:** Javier Pérez Solano/ **Cámara:** Delfino Nolasco, Jorge Martínez, Guillermo Fierro/ **Guión:** Julio del Ángel, Fernando Huerta, Virgilio Torres/ **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Productor General:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1993/ **Duración:** 27' / **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

• **Secretos del Arte Popular**

Habla de los artesanos de la entidad tlaxcalteca, quienes a través del Museo de Artes y Tradiciones Populares de Tlaxcala, representan la vida de su pueblo.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Realización:** Gerardo Ortiz Pizzani/ **Asistencia de producción:** Guillermo Gutiérrez/ **Edición:** Alfredo Dorado Tapia/ **Cámara:** Delfino Nolasco/ **Guión:** Francisco Acesta/ **Coordinación de producción:** Héctor Sámpera/ **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Productor General:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1991/ **Duración:** 27' / **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

• **Puebla, Colorido de Tradición**

Cuenta cómo los aprendices mexicanos, con una gran imaginación para la elaboración de un surtido de motagenes, superaron la maestría de los artesanos españoles en la elaboración de la loza de talavera.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Realización:** Iris Hernández/ **Asistencia de producción:** Sara Mónica Casados Ruiz/ **Edición:** Alfredo Dorado Tapia/ **Cámara:** Miguel Ángel Sánchez Ocampo/ **Guión:** Sara Casados Ruiz/ **Coordinación de producción:** Romeo Peña/ **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Productor General:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1993/ **Duración:** 27'00"/ **Formato:** 3/4/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

- ***Acallán, Hombres de Barro***

Nos lleva a la intimidad de una familia de alfareros de la región, quienes desde pequeños, motivados por sus fantasías, inventan figuras y diseños que, posteriormente, conformaría su principal actividad económica.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Realización:** Iris Hernández/ **Asistencia de producción:** Sara Casados Ruiz/ **Edición:** Guillermo Ramírez/ **Cámara:** Delfino Nolasco/ **Guión:** Sara Casados Ruiz/ **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Productor General:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1993/ **Duración:** 27' / **Formato:** 3/4 / **Público:** General/ **Género:** Divulgación

**SERIE: LA CONQUISTA DE LAS ALMAS**

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla y Sistema de Radio y Televisión Mexiquense/ **Investigación:** Dra. Laurence Le Bouhellec/ **Realización:** Isabel Fregoso/ **Asistente de Producción:** Claudia Velasco/ **Edición:** Guillermo Ramírez/ **Cámara:** Delfino Nolasco, Miguel A. Sánchez, Jesús García/ **Guión:** Verónica González List/ **Coordinación de producción:** Romeo Peña Silva, José Arévalo/ **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral, Guadalupe García/ **Productor General:** José Antonio Meyer, Arturo Bernal/ **Año de producción:** 1993/ **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

- ***Los Ejercicios del Espíritu***

Nos lleva a un recorrido por los establecimientos religiosos que los órdenes Dominicana, Franciscana y Agustina, erigieron en el altiplano del país para impartir su doctrina.

- ***La Provincia del Santo Evangelio.***

La Provincia del Santo Evangelio, como era conocida esta zona, en el Siglo XVI, fue marco de una amplia labor catequizadora por parte de los frailes franciscanos y conserva en la actualidad uno de los más importantes legados en pintura mural religiosa de aquella época.

- ***Las Milicias de Cristo y del Rey.***

Nos adentra en la pintura mural de aquella época que ilustra, principalmente, pasajes de la vida de personajes de las órdenes mendicantes que llevaron a cabo el proceso de evangelización en la Colonia, producción pictórica que llegó a su fin con la introducción del retablo en conventos y templos, por el clero secular.

- ***Música de Angeles, Historias de Reyes.***

Tlaxcala, considerada primogénita del cristianismo en México, cuenta con una gran cantidad de vestigios históricos en el ámbito religioso tanto colonial como prehispánico.

- ***Las Capriciosas Rutas de la Misión.***

Nos muestra algunas de las joyas arquitectónicas y pictóricas, únicas en su género, que se conservan en estas tierras, antiguamente pobladas por Otomíes.

**Reconocimientos:** Programa seleccionado para participar en la 3era bienal de video 1994

- ***Los Muros de la Fe***

Podemos apreciar algunos de los murales de singular belleza e invaluable valor histórico, que permanecen en los diversos templos y conventos de estas tres órdenes.

- ***El Rastro de la Conquista***

Un viaje a través del tiempo en que podemos observar como los elementos preluspanicos de la religión y el arte toman forma y se incorporan al nuevo arte europeo, constituyendo así un eslabón imprescindible dentro de la historia del muralismo mexicano.

**SERIE: NEW MIXTECA MI BARRIO**

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Mtra. Luz María Váldes de Montaña/ **Realización:** Verónica González List/ **Asistencia de producción:** Elsa Ruiz / **Edición:** Guillermo Ramírez Millán/ **Cámara:** Alfredo Dorado en el Paso, Delfino Nolasco y Salvador Carrillo en la Mixteca, Fernando Actúa en Nueva York y Valentín Fuentes en Washington./ **Foto fija:** Claudia Romero Daowz/ **Guion:** Verónica González List/ **Coordinación de Producción:** Romeo Peña Silva/ **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Productor General:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1993/ **Formato:** 3/4 Umatic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

- ***Pegaditos al norte***

Comenta algunos de los problemas que viven los emigrantes mexicanos en tierras estadounidenses. El reto comienza desde la salida de México a los Estados Unidos. Los ilegales cruzan la frontera bajo una presión enorme. Algunas veces en pequeñas balsas o cruzan el río nadando. Viviendo circunstancias de sumo peligro. Al llegar a tierras norteamericanas se encuentran con suéldos bajos, con horarios de trabajo exajerados y con condiciones de vida a veces inhumanas. Pero como ellos dicen: " Nos va mejor aquí que en nuestro pueblo".

- ***De las tierras secas al asfalto frío***

Relata la llegada de mixtecos a la urbe neoyorkina. La mayoría de los mexicanos en Nueva York son poblanos, principalmente de la zona mixteca. Ellos empezaron a emigrar en los años 40's. El incremento de la población de mexicanos en Nueva York tiene mucho que ver con la lamentable situación económica que vive México.

- ***New Mixteca, mi barrio.***

Relata algunas experiencias de mixtecos que viven en Nueva York. "Eramos muy perseguidos por migración en 1972. Hoy en día vivimos como en casa". José Soriano (Maratonista Mexicano)

- ***Lleve sus flores, mister***

Trata sobre las redes o contactos que el emigrante mixteco tiene en México y en los Estados Unidos. La red se establece desde México y está caracterizada por el lugar de procedencia del emigrante. Las mejores redes que se consiguen son las del estado de Puebla, debido a la gran cantidad de poblanos que radican en Nueva York.

- ***Al tañir de las campanas***

Relata cómo los mexicanos en Nueva York continúan con sus tradiciones religiosas y tratan de conservar su cultura. Uno de los motivos por el que los mixtecos que habitan en Nueva York regresan habitualmente a México, es el aniversario del santo patrono del pueblo. Al mismo tiempo visitan a la familia y conviven con la naturaleza. Estas visitas le permiten al emigrante que continúe celebrando sus tradiciones religiosas.

- ***Neoyorquino de condición, mixteco de corazón***

Muestra la vida de los jóvenes mixtecos que habitan en la gran urbe neoyorkina. La formación de bandas mexicanas se debe a la desocupación de jóvenes desorientados que se dedican a formar pandillas de robo y violencia. Los jóvenes que viven con sus familias no corren tanto riesgo de involucrarse con grupos de violencia, ya que sus estudios y sus padres los orientan para escoger mejor su camino.

- **Con el destino a los pies**

Muestra la actividad deportiva de los mixtecos en Nueva York. El fútbol soccer es el que más practican. Cuando hay partido se hace una gran fiesta, ya que se reúne toda la comunidad para echar porras a su equipo cuyo nombre le recuerda a su abandonado pueblo mixteco.

**SERIE: EL SUEÑO DEL NUEVO MUNDO**

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Año de producción:** 1995/ **Asesoría:** Laurence Le Bouhellec/ **Realización:** Hector Gomez Meza/ **Edición:** Mario Abrahami Mancilla/ **Cámara:** Delfina Nolasco, Erick Santos Reyes/ **Guión:** Mario Guzmán Corral/ **Coordinador de producción:** Romeo Peña, Andres Mayo/ **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción General:** José Antonio Meyer/ **Formato:** Betacam SP/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

- **La exaltación de la fé**

Se aprecia el sincretismo religioso y artístico plasmado en códices, murales, estampas, arte plumario y grabados que perduran hasta nuestros días.

- **El abolengo por el arte**

Muestra, a través de monumentos arquitectónicos y de objetos de arte elaborados en oro, plata, marfil y piedras preciosas, el esplendor y la decadencia del siglo XVI.

- **El tiempo de las catedrales**

Hace una síntesis de la obra pictórica y arquitectónica religiosa de los siglos VI, VII, y VIII creada por las tres primeras órdenes religiosas llegadas a la Nueva España.

- **Los sabores del alma**

En el siglo XVII, tiempo y espacio pertenecían a la iglesia. La vida en la Nueva España se orientaba moralmente por la doctrina cristiana, y socialmente por las instituciones religiosas.

- **Tierras de confusión**

Para compensar el despome de la mano de obra narrativa en algunas religiones, México se convirtió en uno de los mejores mercados de esclavos en el Nuevo Mundo. Por el puerto de Veracruz llegaron esclavos negros, por el puerto de Acapulco, esclavos de oriente. Las sucesivas generaciones de cruzamientos dieron lugar a la llamada sociedad pigmentocrítica, plasmada en innumerables obras pictóricas que podemos apreciar en el programa.

- **El triunfo de la muerte**

El Juicio Final, y los castigos infernales son temas que preocuparon a los pobladores de la Nueva España durante los siglos XVII y XVIII, lo que puede apreciarse en innumerables obras de arte pictórico. Los castigos del infierno, el acecho de la muerte, plasmados en la obra pictórica de la época, son algunos de los temas que presenta el programa.

- **La carrera por las Indias**

El auge económico y el poder adquirido por la iglesia en los siglos XVI y XVII, se unen para dar origen en América a la expresión artística mas lujosa y contrvertida de la época moderna: el barroco.

En la implantación de este nuevo estilo, las ciudades de México y Puebla ocuparon un papel preponderante.

- **La exaltación de la fé.**

Con el inicio de la conquista, llegaron a América las órdenes mendicantes a inculcar la fe cristiana. Las habilidades artísticas de los indios fueron puestas al servicio de la evangelización. En el programa apreciamos el sincretismo religioso y artístico plasmado en códices, murales, estampas, arte plumario y grabados que perduran hasta nuestros días.

**PROGRAMAS NO SERIADOS**

- **Santa Cruz, Ya no es igual**

Nos muestra el dramático cambio de vida de la gente de la zona a partir de la construcción del complejo turístico y cómo la población original de Santa Cruz, Huatulco, se transformó radicalmente, asumiendo nuevas formas de supervivencia, adaptándose así, a nuevos estilos de vida.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Realización:** Mireya Canales/ **Edición:** Juan M. Mendiola, Leticia Bagatel/ **Cámara:** Germán de Santos, Mireya Canales, Aida Ruzke/ **Guión:** Mireya Canales/ **Coordinación de producción:** Mireya Canales/ **Producción Ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Productor General:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1991/ **Duración:** 27' / **Formato:** 3/4 Umatic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

- **San Cristobal Tepontla, cuna de músicos**

Nos ilustra con las actividades tradicionales de los habitantes del lugar, cómo la música, la fiesta y "los cuetes" no sólo son parte de la vida cotidiana, sino que forman una parte muy importante de la vida social, económica y religiosa de la comunidad.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Realización:** Deryv Romero Bonilla/ **Asistente de producción:** Deryv Romero/ **Edición:** Ana Claudia Carrillo, Deryv Romero/ **Cámara:** Deryv Romero/ **Guión:** Deryv Romero/ **Coordinación de producción:** Javier Téllez/ **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1991/ **Duración:** 27' / **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Divulgación

- **Manuel Felguérez**

Describe en voz del propio pintor, la relación que se establece entre su personal manera de ver la vida y la expresión plástica que aplica en su trabajo.

**Producción:** Universidad de las Américas-Puebla/ **Asesoría:** Señora María de los Angeles Espinoza/ **Realización:** Javier Téllez/ **Asistente de producción:** Eduardo Franco/ **Edición:** Alfredo Dorado Tapia/ **Guión:** Eduardo Franco/ **Coordinación de producción:** Héctor Sámper/ **Producción ejecutiva:** Mario Guzmán Corral/ **Producción general:** José Antonio Meyer/ **Año de producción:** 1991/ **Duración:** 12'50" / **Formato:** 3/4 U-Matic/ **Público:** General/ **Género:** Difusión

ANEXO

**FEDERACION DE INSTITUCIONES MEXICANAS PARTICULARES  
DE EDUCACION SUPERIOR**

**F . I . M . P . E . S .**

Catálogo de Universidades

- Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación
- Centro Universitario de Ciencias Humanas A.C.
- Centro Universitario Hispanoamericano
- Colegio Español de México A.C.
- Complejo Educativo Hispano-Americano A.C.
- División Internacional de Posgrado del Ateneo Filosófico
- Escuela Normal Superior "Juana de Asbaje"
- Escuela Profesional de Contabilidad y Administración  
"Colegio Maestro José Calvo" S.C.
- Instituto de Estudios Superiores de Tamaulipas
- Instituto de Estudios Superiores "Vasco de Quiroga" A.C.
- Instituto Superior de Ciencia y Tecnología de La Laguna A.C.
- Instituto Superior de Estudios Comerciales
- Instituto Tecnológico Autónomo de México
- Normal Superior Benavente
- Normal Superior Nueva Galicia A.C.
- Tecnológico de Estudios Contables y Administrativos
- Universidad Autónoma de Guadalajara
- Universidad Autónoma de Veracruz
- Universidad Cuauhtemoc A.C.
- Universidad de Monterrey
- Universidad de las Américas - Puebla
- Universidad del Bajío A.C.
- Universidad del Centro de México

(continúa Catálogo de Universidades)

- Universidad del Noreste
- Universidad del Tepeyac A.C.
- Universidad del Valle de Atemajac
- Universidad del Valle de México
- Universidad "Dr. Emilio Cárdenas" S.C.
- Universidad Femenina de México
- Universidad Iberoamericana A.C.
- Universidad "José Vasconcelos"
- Universidad La Salle S.C.
- Universidad Latinoamericana S.C.
- Universidad Mexicana del Noreste
- Universidad Montemorelos
- Universidad Motolinía A.C.
- Universidad Panamericana
- Universidad Popular del Estado de Puebla
- Universidad Regiomontana
- Universidad Regional del Sureste A.C.
- Universidad "Simón Bolívar"
- Universidad Tecnológica de México
- Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey

**ANEXO**

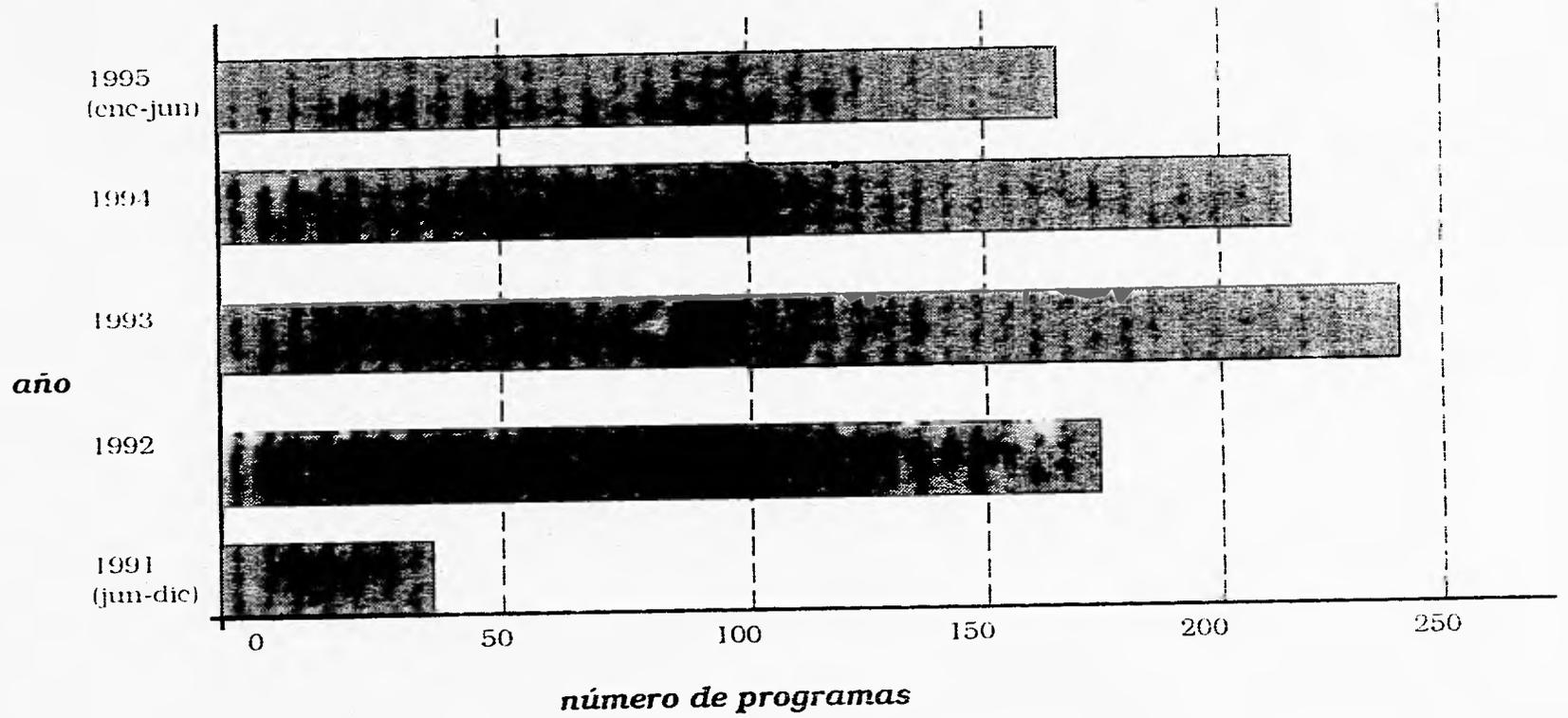
**Tabla de frecuencia de transmisión anual de los programas producidos por TVUDLA.**

CANAL	Programas transmitidos
<b>1991 (junio a diciembre)</b>	
XHIPN TV Canal 11 del IPN	27
XHIMT Canal 7 de IMEVISIÓN y XHTIM Canal 9 de TELEVISA	9
TOTAL	<b>36</b>
<b>1992</b>	
XHIPN TV Canal 11 del IPN	53
XHGEM Canal 7 del Estado de México	3
XHGV Canal 4 de Veracruz	43
XHIMT Canal 7 de IMEVISIÓN y XHTIM Canal 9 de TELEVISA	30
XHOAX Canal 9 de Oaxaca	4
XHTLX Canal 5 de Tlaxcala	44
TOTAL	<b>177</b>
<b>1993</b>	
Espacio de transmisión de la UTE (SEP)	22
Espacio de transmisión del CNCA (RTC)	2
XHIPN TV Canal 11 del IPN	32
XHGEM Canal 7 del Estado de México	53
XHST Sistema TeleYucatán	11
XHGV Canal 4 de Veracruz	54
XHIMT Canal 7 de Imevisión y XHTIM Canal 9 de TELEVISA	2
XHOAX Canal 9 de Oaxaca	16
XHTLX Canal 5 de Tlaxcala	50
TOTAL	<b>242</b>

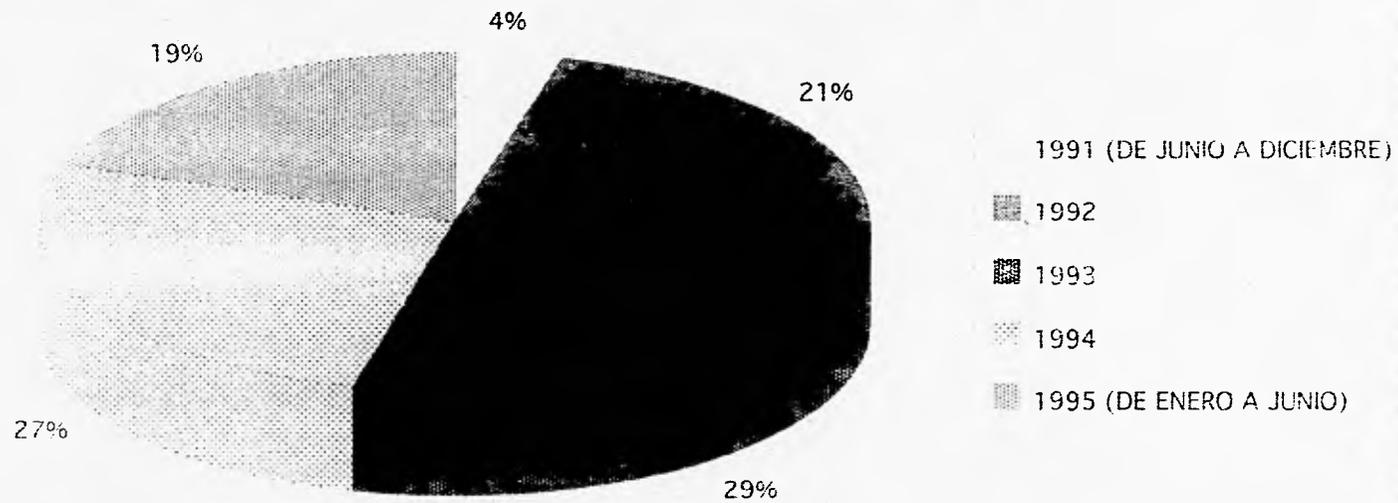
CANAL	Programas transmitidos	
<b>1994</b>		
Asociación de Radio y Televisión de Tabasco		38
Canal 22 Televisión Metropolitana		7
Espacio de transmisión de la UTE (SEP)		15
XHGEM Canal 7 del Estado de México		15
XHST Sistema TeleYucatán		49
Ultravisión		8
XHGV Canal 4 de Veracruz		8
XHOAX Canal 9 de Oaxaca		27
XHTLX Canal 5 de Tlaxcala		23
	<b>TOTAL</b>	<b>223</b>
<b>1995 (enero a junio)</b>		
Asociación de Radio y Televisión de Tabasco		48
Canal 22 Televisión Metropolitana		15
Canal 28 de Monterrey		8
Espacio de transmisión de la UTE (SEP)		5
XHGEM Canal 7 del Estado de México		20
XHST Sistema TeleYucatán		16
Ultravisión		42
XHOAX Canal 9 de Oaxaca		6
XHTLX Canal 5 de Tlaxcala		4
	<b>TOTAL</b>	<b>164</b>
<b>Total de programas transmitidos de junio de 1991 a junio de 1995</b>		<b>848</b>
	<b>Porcentaje</b>	<b>No. de programas</b>
1991 (junio-diciembre)	4	36
1992	21	177
1993	29	246
1994	27	225
1995 (enero-junio)	19	164
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>848</b>

**ANEXO**

**Histograma del número de programas de TVUDLA transmitidos de junio de 1991 a junio de 1995.**



PROGRAMACION ANUAL DE TELEVISION (JUNIO 1991- JUNIO 1995)





"RADIO Y TELEVISION,  
PARTICIPACION ACTIVA EN EL DESARROLLO DE MEXICO"

CIRCULAR # 2422.  
Agosto 24 de 1981.

ASUNTO: APLICACION DEL 12.5%.

Muy señores nuestros y amigos:

Por acuerdo de Asamblea, se atendió en forma especial lo relativo a la correcta aplicación del tiempo diario de transmisión de las estaciones de radio y televisión que corresponde al Estado, conforme al Acuerdo Presidencial del 1º. de julio de 1969.

Para tal objeto, el Comité de Radiodifusión de nuestra Cámara hizo un estudio y análisis del problema, cuyo resultado fué informado al Consejo Directivo, quien nombró una Comisión que se encargó de realizar las negociaciones con los Funcionarios de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación, y estudiar las diferentes formas de aplicación y fórmulas que se plantearon.

En cuanto al avance de los trabajos de esta Comisión, se informó tanto al Consejo Directivo, así como en varias ocasiones en las reuniones de Delegaciones y por supuesto en la que se celebró a nivel nacional en la Ciudad de Guadalajara, Jal., con motivo de la Reunión Ordinaria del Consejo Consultivo de esta Institución.

Después de varias juntas de trabajo con los Funcionarios de RTC, el pasado día 17 del mes en curso, se realizó una entrevista con la señora Doña Margarita López Portillo Directora General de Radio, Televisión y Cinematografía, para informarle del resultado final de los trabajos efectuados, en donde quedó ratificada la unidad de nuestra Industria y la cordialidad de las relaciones con RTC, habiéndosele planteado a la señora López Portillo que para dar un debido cumplimiento, tanto al Acuerdo Presidencial, así como al Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, se llegó a la conclusión de instrumentar el 12.5% de tiempo a favor del Estado, tanto del 40% del horario de transmisión comercial, así como del 60% del tiempo de contenido programativo.

CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE RADIO Y TELEVISION

HORACION NO 1013 COL. POLANCO TEL. 280-2977 Y 548-4767 MEXICO S. D. F. DIR. CAR CAMINHA  
REG. FED. DE CAL. ENI-101123

AFILIADA A LA ASOCIACION INTERAMERICANA DE RADIODIFUSION

MBN

Tal como lo señala el Decreto Presidencial en ambos casos, tanto en el del 40% de contenido comercial, así como en el 60% del contenido programativo, la estación cumple con solo poner a disposición del Estado este tiempo.

A continuación, queremos informarles concretamente el resultado obtenido a este respecto:

- 1.- El 12.5% del 40% de tiempo de comercialización, es en una hora igual a 3 minutos, por lo que, las estaciones de radio deberán poner a disposición de RTC, en forma exclusiva los dos minutos, ya sea del primer corte, o del más cercano a la hora. De igual modo, pero solo en un minuto, deberán hacerlo en cuanto al corte de las medias horas.
- 2.- Para regular el 12.5% del 60% de tiempo de contenido programativo, se acordó establecer y distribuir en forma proporcional y equitativa, durante el horario diario de transmisión de las estaciones de radio, barras a favor de RTC, de la siguiente manera:
  - a) Si la estación transmite 24 horas al día, le corresponden a RTC 108 minutos, que se aplicarán en tres barras de 30 minutos cada una y otra de 18 minutos, o bien en tres barras de 36 minutos cada una.
  - b) Si la estación transmite 23 horas, le corresponden a RTC -- 103 minutos y medio, que se aplicarán en tres barras de 30 minutos cada una y otra de 13 minutos y medio, o bien en dos barras de 34 minutos cada una y otra de 35 minutos y medio.
  - c) Si la estación transmite 22 horas, le corresponden a RTC -- 99 minutos que se distribuirán en tres barras de 33 minutos cada una, o bien en tres barras de 30 minutos cada una y otra de 9 minutos.
  - d) Si la estación transmite 21 horas, le corresponden a RTC -- 94 minutos y medio, que se distribuirán en dos barras de 31 minutos cada una y otra de 32 minutos y medio.
  - e) Si la estación transmite 20 horas, le corresponden a RTC -- 90 minutos que se distribuirán en tres barras de 30 minutos cada una.
  - f) Si la estación transmite 19 horas, le corresponden a RTC -- 85 minutos y medio, que se distribuirán en dos barras de 30 minutos y otra de 25 minutos y medio.

e) Si la estación transmite 18 horas, le corresponden a RTC -- 81 minutos, que se distribuirán en dos barras de 30 minutos cada una y otra de 21 minutos.

h) Si la estación transmite 17 horas, le corresponden a RTC -- 76 minutos y medio, que se distribuirán en dos barras de 30 minutos y otra de 16 minutos y medio.

i) Si la estación transmite 16 horas, le corresponden a RTC -- 72 minutos, que se distribuirán en dos barras de 30 minutos cada una y otra de 12 minutos, o bien en dos barras de 36 minutos cada una.

j) Si la estación transmite 15 horas, le corresponden a RTC -- 67 minutos y medio, que se distribuirán en dos barras de 30 minutos cada una y otra de 7 minutos y medio, o en una barra de 33 minutos y medio y otra de 34 minutos.

k) Si la estación transmite 14 horas, le corresponden a RTC -- 63 minutos, que se distribuirán en dos barras de 31 minutos y medio cada una.

l) Si la estación transmite 13 horas, le corresponden a RTC -- 58 minutos y medio, que se distribuirán en una barra de 30 minutos y otra de 28 minutos y medio.

m) Si la estación transmite 12 horas, le corresponden a RTC -- 54 minutos, que se distribuirán en una barra de 30 minutos y otra de 24 minutos.

3.- Estas barras en su totalidad serán exclusivas de RTC, quien respetará siempre el perfil de programación de cada estación, en el caso de que no existiera material de RTC para transmitir, la estación deberá programar este tiempo con su sistema y forma acostumbrada.

4.- RTC ha girado oficio a todas aquellas dependencias oficiales que pueden hacer uso del 12.5% de tiempo a favor del Estado, a efecto de procurar que los spots de mensajes tengan una duración uniforme de 30 segundos, así como para que las campañas que se manden tengan una duración máxima de 3 meses, pudiendo algunas por su importancia, ser prorrogadas, y tendiendo a que se transmitan 5 spots diarios de cada campaña.

5.- RTC a efecto de que exista una adecuada organización, remitirá las órdenes y material de transmisión a cargo del --- 12.5%, con una semana de anticipación por lo menos a las es taciones.

6.- Las órdenes de transmisión para que surtan efectos, deberán ser siempre en oficio original, nunca en fotocopia y debe-- rán tener la firma ya sea en original o en facsímil, del -- Director de Radio, de la Dirección General de Radio, Televi sión y Cinematografía.

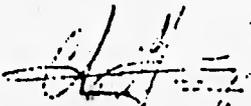
7.- Para el caso de que estas órdenes sean entregadas personal-- mente en la estación, esto deberá ser realizado por un Fun-- cionario, ya sea de RTC, o bien de la Dependencia a que co-- rresponda la orden de transmisión, quien deberá identificar se previamente. Cualquier exceso o abuso de autoridad de -- estos Funcionarios, se deberá comunicar en forma inmediata y directa al Director de Radio de RTC a los teléfonos: --- 525-06-57, 525-06-37 ó 525-06-19.

8.- Debemos aclarar que este procedimiento de aplicación del - 12.5% de tiempo de transmisión a favor del Estado, es el - inicio de una etapa para implantar un mejor orden y siste-- ma para el uso del mismo, por lo que, de las propias esta-- ciones depende el buen éxito del mismo, ya que de esta ma-- nera será más fácil tanto para el Ejecutivo Federal, como para nuestra Industria, el lograr los fines que se persi-- guen, que son el que se dé un adecuado cumplimiento al uso del 12.5%.

9.- Este acuerdo, iniciará su vigencia a partir del día 2 de - septiembre de 1981, debiéndose implementar en sus términos, conforme se vayan recibiendo las órdenes de RTC.

Para cualquier aclaración o ampliación de la pre-- sente, quedamos como siempre a sus apreciables órdenes.

A t e n t a m e n t e ,

  
LIC. CARLOS AGUIRRE GOMEZ.  
Secretario.

  
LIC. LUIS IGNACIO SANTIBANEZ F.  
Presidente.

JLEV\* LIS\* hcg.