UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

Unidad Xochimilco

Radio: Modulando la universidad para un vínculo social

Una propuesta radiofónica para la UAM

Docente:

Raúl Navarro Benítez

Alumnos:

Canseco Martínez Oscar Orlando

Carreón Huitzil Cenit Eunice

Hernández Servín Guillermo Francisco

Lara Arias Viridiana

SG01C

México, D.F., diciembre de 2005

INDICE - - - - - - - - - - - 1
PRESENTACIÓN - - - - - - - - - 2

1 EDUCACIÓN SUPERIOR
1.1 IMPORTANCIA DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR - - 4
1.2 PRIVATIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR - - 5

2 UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
2.1 CONTEXTO HISTORICO - - - - - - 7
2.2 ORIGEN - - - - - - - - 8
2.3 LEY ORGANICA - - - - - - - 9
2.4 FUNCIONES DE LA UAM - - - - - - 10

3 UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA - XOCHIMILCO
3.1 MODELO UAM-XOCHIMILCO: SISTEMA MODULAR - 13
3.2 LA DIFUSIÓN EN LA UAM XOCHIMILCO - - - 14

4 LA RADIO COMO MEDIO DE DIFUSIÓN UNIVERSITARIA
4.1 LAS RADIOS UNIVERSITARIAS - - - - - 16
4.2 EL CASO DE LA UAM - - - - - - 18

5 PROPUESTA INFORMATIVO - DOCUMENTAL
5.1 PROYECTO RADIOFÓNICO - - - - - - 20
5.2 MISIÓN - - - - - - - - - 21
5.3 OBJETIVO: - - - - - - - - 22
5.4 DELIMITACIÓN DE OBJETIVO: - - - - - 22
5.5 LINEAMIENTOS: - - - - - - - 22
5.6 PÚBLICO OBJETIVO. - - - - - - - 23
5.7 CARACTERÍSTICAS DEL PROYECTO - - - - 24

BIBLIOGRAFÍA - - - - - - - - - 26

PRESENTACIÓN

INTRODUCCIÓN

La radio universitaria, desde su aparición en México, siempre ha estado unida a la difusión de contenidos científicos y culturales dirigidos a la población en general. Los estilos académicos en sus programas o la falta de articulación de estos con la sociedad, han hecho de la radio universitaria una forma torpe y trágica por su ineficacia en los mensajes construidos al comunicarse con su escucha.

La búsqueda de nuevos recursos radiofónicos para llevar temas de relevancia científica y cultural a la sociedad, es una meta que deseamos proponer y acercar a ese público, con su acontecer inmediato y brindarle un espacio para solucionar sus problemas.

JUSTIFICACIÓN

Tras analizar a lo largo de un trimestre el medio radiofónico y su contexto, nos percatamos de la poca presencia y relevancia de la radio pública; la necesidad de que esta sea desarrollada en contra posición al modelo comercial y la oportunidad de que en ellas se difundan los contenidos universitarios.

Ante ello, y debido a la importancia de darle difusión a estas instituciones, encomendadas por la sociedad, para generar su propia transformación y desarrollo, revisamos y analizamos la información respecto a como las universidades vinculan sus contenidos en la radio, encontrándonos una ineficacia en la estructuración de los mismos dirigidos a sus públicos.

OBJETIVO GENERAL

Realizar la propuesta de un programa radiofónico donde se vincule a la sociedad con los productos de investigación generados por la UAM-X.

OBJETIVO ESPECIFICO

Diseñar una estructura donde el contenido dirigido al público sea eficaz

HIPÓTESIS

La difusión del quehacer institucional de la UAM-X es factible a partir de espacios radiofónicos dinámicos que generen contenidos con base a problemáticas sociales tratados desde la universidad.

CAPITULO 1

EDUCACIÓN SUPERIOR

1.1 IMPORTANCIA DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

La educación superior en el mundo ha sido parte fundamental para el desarrollo de cualquier país. Gracias a ella es posible superar condiciones sociales, económicas y políticas que limiten la modernización y el equilibrio social de ellas.

En el caso de México la educación tiene tal dimensión social e importancia que es tomada en cuenta en la Carta Magna en su artículo 3 que sintetiza los fines educativos. Así pues:

> "El Estado promoverá y atenderá todos los tipos y modalidades educativos de las universidades y demás instituciones de educación superior, necesarios para el desarrollo de la Nación, realizará sus fines de educar, apoyará la investigación científica y tecnológica, y alentará el fortalecimiento y difusión de nuestra cultura. (Art. 3 fracción V, Vll.)

La Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), enumera las finalidades en la organización y funcionamiento de los institutos Públicos de Educación Superior, destacando:

a) Formar profesionales. Investigadores y técnicos útiles a la sociedad.
b) Organizar y realizar investigación científica y tecnológica que se oriente principalmente en relación a las necesidades y problemas regionales y nacionales.
c) Extender los beneficios de la cultura a todos los sectores de la población.

La sociedad otorga a las Instituciones de Educación Superior una gran responsabilidad, al encomendarles la formación de los recursos humanos de alto nivel que requiere el país; la realización de investigaciones que promuevan el desarrollo del conocimiento, la solución de problemas prioritarios nacionales y la independencia científica y tecnológica; el estudio y la preservación del patrimonio artístico, histórico y cultural de la nación, así como la prestación de servicios para beneficio de la comunidad. (ANUIES 1984:13, 37)

1.2 PRIVATIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

En México, a partir de la gestión de Miguel de la Madrid en materia de educación, son más notables las acciones orientadas al recorte de presupuesto universitario, con el supuesto de racionalizar el gasto, lo que obligó a las instituciones de Educación Superior adoptar planes de austeridad que afectaron su desempeño dentro de las tareas sustanciales.

Tiempo después en el Plan Nacional de Educación 1995-2000 de la Secretaría de Educación Pública, demuestra una clara tendencia para elitizar a las universidades públicas, favoreciendo la privatización de las mismas; estableciendo mayores controles que supuestamente hacían más eficientes sus procesos y la calidad académica.

La privatización se convirtió en la sombra de las universidades públicas, ya que este proceso se caracterizó por la restricción del presupuesto a las universidades públicas e incrementando la supervisión y el control con fines meramente tecnocráticos, funcionales y no académicos.

De pronto lo público es percibido como lo prescindible, como aquello que deberá ser superado por una sociedad de propietarios privados, que tienen tantas o más responsabilidades frente a los productos y servicios que ofertan a la sociedad.

En los últimos veinticinco años aparecieron las primeras universidades privadas con estructuras diferentes, más orientadas a la formación de profesionales para el sector privado de la economía, que a las tareas propias de cualquier universidad pública. A partir de entonces, se llama universidad a cualquier escuela que imparte una, dos o más licenciaturas, sin realizar trabajos de investigación, servicio o difusión de la cultura, actividades sustantivas que realizan las universidades que cuentan con un mínimo de presencia en el entorno social, al cual pretenden servir. (Arias 2003:205)

La privatización se entiende como la comercialización creciente de la educación, modificación sustancial de las relaciones entre Estado e individuos, concibiendo a los alumnos como

consumidores antes que estudiantes en una supuesta responsabilidad educacional. (Aboites 2005:96)

CAPITULO 2

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

2.1 CONTEXTO HISTORICO

* Basado en el libro: *Historia de la UAM: sus primeros 25 años*

La situación socioeconómica y política del país de la década de los años sesenta, tiempos de ruptura en la historia del país, fueron las circunstancias de la fundación de la Universidad Autónoma Metropolitana.

El desarrollo estabilizador de los años cuarenta, hizo una profunda transformación de la estructura social mexicana, sin embargo, al principio de los sesenta se debilitó.

El sistema político, profundamente autoritario y clientelista de Gustavo Díaz Ordaz, se enfrentaba a una sociedad que solicitaba democracia, respeto a las garantías individuales, igualdad de oportunidades para competir y espacios donde desplegar la libertad del conocimiento y las artes.

Si el desarrollo económico había sido extraordinario, comenzaba a tener problemas importantes por la industrialización y urbanización que comenzaba a desordenar a las ciudades y a empobrecer progresivamente el campo, mientras que las diferencias sociales se incrementaban junto con la pobreza.

El gobierno de Gustavo Díaz Ordaz tuvo conflictos con las universidades y nunca las valoró, por lo que redujo su financiamiento. A las universidades existentes, se les exigió una transformación para que reconocieran la magnitud de los cambios sociales y se adaptaran al signo de los tiempos.

En ellos, se dio el escenario de una febril actividad política orientada en dos direcciones principales: uno, la crítica a la universidad tradicional y la construcción de una propuesta de reforma; y dos, las posiciones ideológicas que se contraponían al discurso oficial y de formas de movilización que se enfrentaban a la disciplina social y a las prácticas políticas dominantes.

Por ello, las universidades concentraban una enorme importancia social, política y cultural en la transformación de la sociedad rural a la urbana, del predominio agrícola al de la industria y de los servicios.

Las universidades se distanciaron del Estado al finalizar la década de los sesenta y la oferta educativa era convencional y no avanzaba al ritmo de las necesidades del desarrollo económico.

Ante este panorama, la unión de la Comisión de Nuevos Métodos de Enseñanza, la Dirección de Planeación de la UNAM y el equipo de trabajo de la Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Enseñanza Superior (ANUIES), convierten y diseñan un nuevo proyecto educativo, basado en el conocimiento de sus experiencias de otros países, utilizando la tecnología educativa.

Gustavo Díaz Ordaz había prometido una reforma educativa profunda, pero nunca la realizó. Con la llegada al gobierno de Luís Echeverría, se creó un equipo que compartía la idea de que la educación resultaba la solución de fondo de muchos problemas sociales y generar una apertura democrática.

La obra educativa del sexenio que vio nacer a la UAM fue muy amplia y abarcó múltiples dimensiones de la vida educativa: la UAM era una parte de lo que significaba la totalidad del planteamiento de la reforma educativa que planteaba Echeverría y que se extendería a todos los niveles de la educación en México.

2.2 ORIGEN

El origen de la UAM se asienta en un convulsivo contexto universitario. En estos años, hubo conflictos serios en las universidades de los estados y la UNAM vivía una conflictiva rearticulación interna. Al mismo tiempo, nacían ideas y propuestas de modernización universitaria con una fuerza impresionante.

El antecedente modernizador más relevante para la historia de la UAM es la gestión del Dr. Pablo González Casanova, rector de la UNAM en ese tiempo. La constitución de UAM recuperó

muchas características reformadoras que González Casanova quiso emplear en la UNAM durante su corto periodo rectoral, basándolos en la interdisciplina y en la cooperación interés escolar que permitirían un desarrollo en la educación superior en esos años.

La elaboración de investigaciones, de estudios humanísticos y científicos acerca de cuestiones y problemas de interés social; serian disposiciones que ayudarían a la inspiración del diseño del proyecto de la UAM.

La renuncia del Dr. Pablo González Casanova de la rectoría de la UNAM, trajo consigo, al Dr. Guillermo Soberón a la rectoría y quien participó activamente en el grupo líder que concibió la UAM.

Este nuevo rector, participó activamente en el diseño del proyecto de la UAM y de las reuniones de trabajo que crearon esta universidad, dieron paso al proyecto de las ENEP's, instituciones dependientes de la UNAM.

La gestión de la UAM sólo es comprensible por tres factores importantes: el primero, la problemática universitaria que se contextualiza antes de la fundación de ella; segundo, cuando se piensa en un nuevo proyecto para que la matricula de la UNAM y el IPN no creciera más; y tercero, cuando se define su estructura básica a través de la elaboración del proyecto de Ley Orgánica que dieron pie a la creación de la UAM.

2.3 LEY ORGANICA

El 10 de octubre de 1973, el presidente Luís Echeverría envió un documento que contenía la iniciativa de la Ley Orgánica de la Universidad a la Cámara de Senadores.

Esta ley estaba justificada por dos razones: una, por la demanda que hacían los jóvenes por su deseo de estudiar la universidad; y dos, por la recomendación que hacia la ANUIES, pues su estudio había puesto en escena, el crecimiento de demanda por educación superior, por lo que era necesario crear una nueva universidad en la zona metropolitana del valle de México.

El 13 de diciembre de 1973, se emitió el Decreto de Ley Orgánica, y entró en vigor a los quince días de la fecha de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

El 1 de enero de 1974, la Ley Orgánica de la Universidad Autónoma Metropolitana, daba inicio a una nueva y novedosa institución de cultura en nuestro país.

2.4 FUNCIONES DE LA UAM

Con la Ley Orgánica, la UAM quedó enmarcada en tres funciones primordiales:

Su primera función se refiere a la formación de profesionales que le permite a la UAM, preparar a los alumnos en los siguientes aspectos para que:

1. Reciban el conocimiento fundamental en el campo de la ciencia en que va a trabajar, ubicándolo dentro del contexto de su futura profesión.

2. Obtenga una visión interdisciplinaria del conocimiento, que pueda relacionarlo con el mundo que lo rodea y con los mecanismos que lo rigen, haciéndolo conciente de su responsabilidad como miembro de la sociedad.

3. Aproveche más su tiempo, pueda definir su vocación y elija una especialidad que vaya de acuerdo con sus intereses, una vez que conozca el campo de trabajo.

Con estos aspectos, la UAM procura que la formación de sus profesionales corresponda a las necesidades de la sociedad y pueda resolver sus problemas.

La segunda función importante para la UAM es la investigación. Uno de los sus propósitos que sustentan el nacimiento de esta universidad, donde al construirla, el predominio de buenas condiciones de trabajo fueron determinantes para el desarrollo de la investigación.

Con esto se planeó impulsarla para incidir en la solución de los problemas nacionales desde una perspectiva innovadora: la interdisciplina. Gracias a ello, la UAM pudo tener presencia en la sociedad, además de que le permitió incluir a los estudiantes en el trabajo mismo de la investigación.

Esta función es basta y variada que hace presencia en una gran cantidad de campos del conocimiento y tiene diversos impactos sociales. Sin embargo, esta función tan importante, no tienen un balance sistemático y ordenado de sus resultados; tampoco existe una sistematización de sus productos científicos y no es posible construir la producción de artículos escritos, proyectos o patentes.

Las áreas de investigación se insertan en una serie amplia de temas que incluyen la ciencia pura, sus aplicaciones, el estudio de la sociedad, el desarrollo de tecnologías propias y la creación artística.

La tercera función importante de la UAM es la difusión y conservación de la cultura. Estas acciones se diferencian de las dos funciones anteriores porque tienen como principal objetivo, extender los límites meramente académicos de la universidad.

La difusión es una función importante, a pesar de que en la Ley Orgánica tiene una mención escueta. Sin embargo, esta actividad vincula a la universidad totalmente con la población y con la vida de la sociedad en conjunto que, finalmente, se convierte en algo sustantivo como la docencia y la investigación.

Es así que la UAM en su difusión, busca una vocación social, donde su límite no sólo llega a la formación de profesionales y a la generación de nuevos conocimientos científicos, es decir, estás dos actividades no serían importantes sino fuera por el servicio que pueden prestar a la población, sobre todo, a los grupos más necesitados.

Además la universidad metropolitana al participar en la transformación del entorno social, generaría una sociedad más justa e igualitaria al exponer sus trabajos tanto dentro como fuera de ella.

CAPITULO 3

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA - XOCHIMILCO

3.1 MODELO UAM-X: SISTEMA MODULAR

El sistema educativo de la UAM-Xochimilco, se basa en el Sistema Modular. Este sistema se diseñó bajo la batuta del Dr. Ramón Villareal Pérez que presentó en un documento en el que planteaba las directrices e ideas principales para fundar este campus con un nuevo modela educativo.

Con este sistema o modelo educativo, la ciencia y sus aplicaciones tienen que ver con la enseñanza, generando condiciones que permitan la producción de conocimientos y una acción innovadora. Este conocimiento se dará por la conjugación de diversas ciencias y técnicas para dar respuestas científicas.

Esta técnica educativa, es propuesta para superar los problemas de la enseñanza clásica por disciplinas, y está basada en las teorías de la psicología educativa de Piaget, donde se planteaba que el conocimiento, no es una copia de la realidad, sino más bien, la transformación de un objeto que se desea modificar, además de entender la forma en que el objeto es construido, pero para construir esta transformación, necesitamos de varias disciplinas.

El Sistema Modular ha sido muy importante para la formación de profesionales dentro de la UAM-Xochimilco. Su proceso de consolidación, de fundamentación teórica, sus cualidades y sus principales problemas que ha tenido que enfrentar ha sido motivo de numerosos estudios en la propia UAM-Xochimilco.

La visión de este campus UAM-Xochimilco, es la de plantearse frente a problemas concretos, es decir, a objetos de la realidad social sobre los cuales, los estudiantes e investigadores orientan sus experiencias y capacidades para una acción científica; dentro de la cual, aquellos que intervienen, puedan conocer de manera mas profunda su objeto de estudio y plantear propuestas para afrontar y solucionar los problemas detectados.

De aquí que la UAM-Xochimilco, institución universitaria, otorgue el papel fundamental al trabajo de investigación como nutriente fundamental del proceso de enseñanza-aprendizaje, dentro de una actualización directa a través de la integración de la actividad como investigador y docente.

El Sistema Modular no es sólo un modelo pedagógico, sino un modelo de universidad para una sociedad dinámica que busca la superación de sus deficiencias.

3.2 LA DIFUSIÓN EN LA UAM XOCHIMILCO

La difusión en la UAM- Xochimilco se fundamenta en tres niveles generales:

1.- El nivel Discursivo, donde se expresa a través de leyes, definiciones formales y en discursos de políticas culturales de los funcionarios involucrados.

En este nivel la UAM-X incluye toda aquella actividad económica-política-social que fundamenta o da vida a la forma de pensar que tiene ésta como identificación. Con esto puede dar cuenta de sus intenciones en las directrices de sus políticas de difusión.

2.- El nivel de la Organización expone las actividades que se realizan en la unidad, a partir de las oficinas correspondientes, como la Difusión Cultural y su Coordinación de Extensión Universitaria.

En este nivel no solo se observa la organización de las actividades realizadas dentro del campus, sino como han sido estructuradas las instancias formales encargadas a esa labor.
En este nivel también se incluyen cuatro tipos de actividades diferentes y con funciones prácticas:

Las que confieren a la difusión artística y que están relacionadas con disciplinas artísticas tanto de origen interno como externo.

Las que confieren a actividades de divulgación y que abarca la difusión de productos y resultados de las actividades académicas (trabajo docente, investigación y ciencia)

Las que confieren a la prestación de servicios a la comunidad, donde se considera la relación que se establece entre la universidad.

Y a las que confieren al intercambio institucional que se aboca a la relación formal con otras dependencias, empresas privadas e instituciones sociales con la sociedad a través de convenios, cooperaciones e intercambios.

3.- Y en tercer nivel se refiere a la Operatividad real de todos los actores universitarios, donde es difícil determinarlo porque su forma no esta estructurada y por su multiplicidad de acciones que podría comprender ese rubro.

La UAM-X trabaja en cuestión de difusión y extensión universitaria, con las siguientes secciones:

- Actividades culturales
- Información y difusión
- Producción audiovisual
- Producción editorial

Podemos observar, entonces, que la estructura y los objetivos de la Coordinación de Extensión Universitaria de la UAM-X, tiene una influencia de carácter social, que busca el concepto modular de ella, dando énfasis en resaltar las llamadas culturales populares y subalternas, así como construir una cultura emergente con compromiso social, especialmente con los grupos populares que pensaban debía tener el proyecto académico de la Unidad Xochimilco.

CAPITULO 4

LA RADIO COMO MEDIO DE DIFUSIÓN UNIVERSITARIA

4.1 RADIOS UNIVERSITARIAS

Ante los constantes cambios sociales, culturales y económicos de la sociedad la universidad pública se compromete a proponer y repensar el entorno mientras que la sociedad confía en que se generen propuestas y soluciones constates, por ello es importante que la institución busque los medios necesarios para establecer una relación universidad- sociedad.

La radio es un medio de comunicación que si bien fue desplazado por la televisión, conserva propiedades importantes por desarrollar, sobre todo si es aprovechado para informar, educar y entretener de forma responsable de acuerdo con el contexto social e histórico que se observe.

En el avance del Estudio Diagnóstico de Radiodifusoras y Productoras de las Instituciones de Educación Superior en México que presentó la ANUIES en el marco de la reunión "Retos y realidades de la radio de las Instituciones de Educación Superior" en mayo de 2005, resulta ser que la radio universitaria es empleada principalmente para extender la docencia, difundir la cultura, promover el quehacer universitario, analizar la problemática social, económica y política; además de la divulgación de la ciencia, tecnología, las artes y la información general.

Una emisora universitaria debe ofrecer información científica y tecnológica de utilidad definida y de aplicación inmediata para quien la escuche, además ofrecer información noticiosa que lo mantengan al tanto del entorno social y sobre todo de las aportaciones que la institución alcanza en su quehacer universitario.

La programación radiofónica actualmente, esta absorbida por estaciones comerciales dejando a la radio universitaria en un plano secundario, así se forma una sociedad más consumista y limita las posibilidades de tener una sociedad mejor informada.

La ANUIES tiene registro de 35 emisoras universitarias y 16 centros de producción; estas productoras, como es el caso de la unidad Xochimilco de la UAM, transmiten sus contenidos por

medio de emisoras estatales de los gobiernos de las entidades y o a través de emisoras privadas, tanto a nivel estatal, como regional y nacional. (Ruiz 2005:9)

Parte de la responsabilidad por las escasas estaciones universitarias se debe al desinterés del Poder Ejecutivo Federal por otorgar permisos a las instituciones de educación superior, catalogándolas como estaciones no rentables, además, la Ley Federal de Radio y Televisión vigente no contempla claramente a las radios universitarias, ni especifica cuales son aquellos "criterios" por los cuales se otorga el permiso, además no existe una definición clara de lo cultural, educativo o el servicio público. Simplemente se les limita la comercialización de sus espacios, cualquiera que sea el fin de ello.

Superando el entorno que limita el desarrollo de nuevas estaciones universitarias, existen condiciones internas que impiden ampliar su penetración al grueso de la sociedad. Regularmente los medios son desperdiciados por las instituciones de Educación Superior públicas, pues debido a sus presupuestos reducidos se alejan constantemente de la sociedad y sus problemas. Mucha de la materia prima para construir el puente entre la universidad y la sociedad se encuentra encerrada en los muros de cada centro de estudios, o en su defecto no cuenta con la "calidad" y la claridad necesaria para su difusión no especializada en medios, como en este caso es la radio. (Navarro 1991:104-105)

Más allá de los casos particulares, en términos globales la voz que proyectan las emisoras y productoras universitarias tiene eco en una masa amorfa. El estudio del Instituto Internacional Para la Educación Superior en América Latina y el Caribe afirma esta aseveración. Cuando se habla de que en las radiodifusoras un 12 % de contenidos consideran las peticiones de las dependencias institucionales para su difusión, un 10% las necesidades concretas de un publico objeto y un 8% incorpora temas de interés de su comunidad universitaria (Ruiz 2005:26); estamos hablando de que alrededor del 70% de los contenidos de la radio universitaria no tiene un público definido y estructurado. Y si a ello sumamos el 40% de contenidos basados en el "interés" de la comunidad universitaria, en el caso de las productoras de las Instituciones de Educación superior. (Ruiz 2005:30) En conjunto, hablamos de emisores universitarios que hablan consigo mismos.

¿Donde esta esa ambigua sociedad hacia la que las radios y productoras universitarias dirigen la mayoría de sus contenidos? Tendrá entonces sentido la afirmación de Martín Barbero, en razón que la radiodifusión universitaria se comunica de forma torpe y trágica su sociedad. (Estrada 2005:46)

El contar con un sinnúmero de voluntades y pocos compromisos, tanto en los equipos de producción como en la vinculación de estos con la institución, provoca la deficiente capacidad para difundir el quehacer de la casa de estudios frente al agotamiento de un personal que no es capaz de encauzar sus capacidades creativas.

Hay que entender a emisoras y productoras universitarias, mas como una tarjeta de presentación del centro de estudios hacia la sociedad, en busca por el reconocimiento e identificación del público que la escucha, que en un papel de simple extensión universitaria. (Rincón…)

4.2 EL CASO DE LA UAM

En este escenario la UAM unidad Xochimilco tiene características que permiten suponer que se puede plantear una propuesta atractiva de radio universitaria. Teniendo como común denominador en toda su estructura académica la orientación hacia la investigación y el espíritu crítico y propositivo que en su perfil alumnos y docentes comparten, es posible argumentar que por esta causa la producción de contenidos seria mucho más fresca, ágil y sobre todo actual.

Sin embargo, pese a todos los atractivos que ofrece nuestra casa de estudios, en sus poco mas de 30 años insertada en la vida nacional, no ha sido capaz de abrir su propio espacio en el cuadrante metropolitano, entre otras cosas debido a la falta de coordinación entre las expectativas de la docencia y el alumnado y las necesidades y requerimientos de la planta administrativa y sindicalizada.

En nuestros días (2005) podemos hablar de un espacio que ha conseguido la universidad para acercar el análisis de los temas nacionales y difundir lo más destacado del trabajo académico y las expresiones culturales dentro de la UAM. Este espacio es Zona Metropolitana, un programa

insertado en la Radio de los Ciudadanos, una propuesta de la radio pública sostenida por el Instituto Mexicano de la Radio para proveer contenidos cercanos a la ciudadanía.

Con el afán de acercar a la sociedad los beneficios del trabajo académico y vincular el mismo con la cotidianidad de la metrópoli. El programa fue reestructurado para su tercera etapa, con emisiones de lunes a viernes en el horario de 20 a 21 horas. En él se plantea presentar a los actores involucrados con la generación de investigación al interior de la universidad y a personajes del gobierno o de organizaciones sociales, dentro de una temática pertinente y de interés nacional. Además se propone ofrecer una gama de secciones atractivas para los posibles intereses de los radioescuchas, pensando en la difusión y divulgación del quehacer universitario en función del desarrollo de una conciencia social.

CAPITULO 5

PROPUESTA INFORMATIVO - DOCUMENTAL

5.1 PROYECTO RADIOFÓNICO

Las universidades en su carácter de reproductoras de conocimiento gestan a su interior productos de diversa índole, pero que intrínsecamente desean aportar sus observaciones y avances a sus sociedades. De aquí que lo que se genera al interior de estas casas de estudio resulte del interés de la sociedad en su conjunto.

No obstante, debemos entender que la universidad es una industria cultural que genera en su interior productos que giran en torno a la dinámica de su campo social; el querer llevar estos productos fuera de este campo social hacia uno en el cual mayor cantidad de personas tengan la posibilidad de percibir este producto requiere de insertar estos mismos productos de la industria cultural universitaria en otra, una industria cultural con una dinámica y lenguajes distintos.

En este sentido, las investigaciones de la UAM son los productos de la industria cultural universitaria. Sin embargo, no todos estos productos son de igual forma susceptibles a ser difundidos a todos las esferas de la sociedad; pues existen algunos que requieren una difusión hacia el interior de la industria cultural universitaria, hacia su vinculación con otras de su tipo debido a que es en ellas en donde tienen su aportación práctica; encontrándose también los que encuentran su aportación práctica en la sociedad.

Lo anterior hace referencia a la necesidad de seleccionar aquellos productos que resulten de interés social, para ser preparados para integrarse a la industria cultural de los medios de comunicación, entendida como un camino de difusión hacia la sociedad.

A este respecto, en México, la radio ha funcionado como vehículo para acercar la información universitaria al grueso de la población; sin embargo en la experiencia universitaria en el campo radiofónico no ha sido del todo satisfactoria. El principal problema radica en que las Instituciones de Educación Superior no consiguen despojarse de su dinámica de industria cultural, enfrentándose a la incompatibilidad de lenguajes cuando difunden sus contenidos; terminando

por entablar un diálogo consigo mismas, fragmentando su audiencia, y requiriéndole mayores niveles de especialización. Ello trae por consecuencia el descarrilamiento de este vehículo comunicativo, alejando poco a poco los contenidos universitarios del interés de la sociedad.

La presente propuesta busca solventar estas deficiencias del proceso comunicativo, saltando de la rigidez en la estructura de sus contenidos (boletín y cátedra radiofónica, además de mesas de análisis) hacia la generación de un espacio radiofónico flexible, que permita a nuestra universidad difundir sus actividades hacia un auditorio mayor y con un lenguaje acorde al mismo.

Partiendo de la concepción del sistema modular, en su adaptación radiofónica bajo el concepto de Paulo Freire, concebimos a un auditorio con conciencia de su entorno, con capacidad para comprender su realidad y con interés en ejercer acción en la misma. Como proyecto radiofónico, nos concebimos en el papel de medio; en función de coordinadores de la experiencia reflexiva. (Freire 1982:97-105)

El grado de comprensión dado por la reflexión crítica de su entorno estará determinado por el uso que demos al sistema de significaciones del propio auditorio, mismos que dan coherencia a su universo material. Por ello es de suma importancia emplear adecuadamente estos sistemas previamente construidos a fin de de relacionarlos entre sí para generar nuevas rutas lógicas que incidan en la futura actuación de los escuchas. (Piaget 1970:110-113)

De esta forma el diálogo a establecer recurrirá a la curiosidad humana para motivar el pensamiento crítico; así el programa buscará estimular este pensamiento reflexivo encausado en hacia la acción participativa como reflejo de esa comprensión distinta del mundo.

5.2 MISIÓN

La construcción de este espacio radiofónico busca involucrar a la sociedad con las problemáticas que para la UAM son focos rojos sobre los cuales es necesario invertir esfuerzos; ya que en ellas la sociedad tiene directa injerencia y resulta afectada. Aquí que se manifieste la utilidad de

vincular el trabajo universitario con la sociedad a fin de que esta última continúe legitimando su existencia y depositando su confianza en sus alternativas y estrategias de acción.

5.3 OBJETIVO:

Vincular los trabajos de los investigadores de la UAM con la sociedad.

5.4 DELIMITACIÓN DE OBJETIVO:

Debido la privilegiada posición de las ciencias sociales frente al trabajo de vinculación de sus contenidos con la sociedad. El programa se orientará a dar difusión del trabajo que se realiza en esta área bajo los siguientes tópicos:

- Salud
- Familia
- Empleo
- Economía
- Medio ambiente
- Política

5.5 LINEAMIENTOS:

La información del programa tendrá como base principal el trabajo de los investigadores de la UAM, buscando ir del interés general de sus temas al particular y cotidiano por medio de una interpretación de la realidad. Entendiendo esta interpretación como la selección, valoración y tratamiento de la información tras un análisis de la realidad. (Cebrián 2001:180) La mencionada interpretación responderá al siguiente precepto:

Utilidad pública: *Entendida como qué tanto se encuentra involucrada la sociedad con la problemática y para que le sirve la información a tratada.*

5.6 PÚBLICO OBJETIVO.

Si bien es cierto que el público de la radio no es homogéneo y que se encuentra ampliamente fragmentado ante su diversidad de identidades, intereses y gustos. No podemos hacer a un lado el hecho de que ante los asuntos públicos, el interés de estos mismos grupos se puede tornar homogéneo dejando su diferenciación solo en el tratamiento de esta información a partir de la identidad y gusto de los grupos ciudadanos. (Winocur 2002:197-200)

Si la radio no es vista por el auditorio como una oportunidad para resolver verdaderamente sus problemas, sino como escaparate para exponerlos. Habrá que ubicar la estrategia para que estos grupos ciudadanos vean inmersos los espacios donde se devuelven y se sientan integrados en problemáticas comunes.

Conseguir este reconocimiento social de los problemas, permitirá construir audiencias ciudadanas con características diversas y problemas comunes, y no grupos de oyentes con problemas individuales. La clave de ello es la socialización de problemáticas y experiencias en su atención.

El programa, en esta etapa de proyecto irá enfocado hacia un auditorio cuya edad oscile entre 25 a 35 años de edad; procurando ser atractivo también para al segmento de 19 a 24 años de edad. Este auditorio se perfila con una educación mínima de preparatoria y que se desarrolla o ha desarrollado activad en el ámbito laboral.

Debido a que no se posee información que identifique de mejor forma al auditorio destino, se plantea emplear los documentos de raiting disponibles de la emisora, además de sus sistemas de control internos (llamadas, mensajes y correos electrónicos) para elaborar un sondeo exploratorio que sea realizado en las zonas identificadas como de mayor influencia de la estación a fin de valorar la factibilidad del proyecto y en su caso realizar las adecuaciones pertinentes, orientando la propuesta hacia los intereses y dinámica de la audiencia objetivo; preservando en todo el objeto principal del espacio radiofónico.

Una vez arrancado el proyecto es necesario evaluar periódicamente la vigencia del primer sondeo exploratorio con pequeñas retroalimentaciones a partir de las llamadas, correos electrónicos, nuevos sondeos en periodos no menores a 3 meses ni mayores a 6; además de la oferta constante de copias en CD de cada una de las emisiones al igual del servicio de “podcast”.

5.7 CARACTERÍSTICAS DEL PROYECTO

El proyecto radiofónico se situará en La Radio de los Ciudadanos 660 AM como un programa de periodicidad semanal con 28 minutos de duración (contemplando los cortes de estación) en un horario de lunes a las 20:30 hrs. con una repetición para el sábado a las 11:00 hrs.

La razón de esta selección de día y horario obedece a este permite que quienes escuchen el programa puedan dedicar mayor concentración al mismo. La repetición es sugerida para dar la posibilidad, a quienes no lo escuchen, de atender su retransmisión en un día no laboral y en pleno inicio del fin de semana; alejados del ritmo de vida de la semana laboral.

El formato del programa es un documental radiofónico, que permite, debido a la flexibilidad en su estructura, recurrir a un sinnúmero de recursos radiofónicos en su realización.

Un programa de este tipo permite estructurar una línea argumental, nutrida por testimonios, entrevistas, opiniones y otros recursos tales como la propia música en torno a un hilo conductor que en este caso es el tema por abordar. Para cumplir con la construcción de una línea argumental se requiere de un trabajo de preproducción mayor en el cual la estructuración del contenido, la selección de la información relevante y los recursos por emplear jugarán un papel importante en la realización de este producto radiofónico. (Ortiz 1997:141-142) De aquí que se busque un producto necesariamente grabado que obtenga su atractivo precisamente en la realización; dotándole de ritmo y estilo propios. (Ortiz 1997:85-87)

Para el desarrollo de este programa se habrá de contar con un trabajo coordinado con la institución a fin de tener la documentación y el contacto directo con los investigadores y sus

productos. Además de conjuntar un equipo de trabajo fijo que permita la elaboración de este producto radiofónico con la continuidad que el mismo requiere.

En primera instancia, se tendrá que diseñar programas con antelación a fin de que la búsqueda de información, el análisis y planteamiento radiofónico de la misma no sobrepase los tiempos de producción de la emisión. Para ello se sugiere la realización de la emisión a modo de serie con la finalidad de contar con al menos 25 capítulos previamente grabados y listos para su difusión.

La generación de un acervo de estos productos es una condición necesaria para ofertar mayor atractivo a la emisión teniendo en cuenta que estos documentales radiofónicos constituirán el traslado de la información de los investigadores a un formato preparado para su difusión masiva; e incluso sujeto a la exportación de la misma; generando así un nuevo producto de consulta.

BIBLIOGRAFÍA

1. ABOITES Aguilar, Hugo, *El perfil educativo de México para el siglo XXI*, 1950-2005.
2. ANUIES, "Ponencia aprobada en la Vll Reunión extraordinaria de la Asamblea General de la ANUIES" Febrero de 1984 en *La Evaluación en la Educación Superior en México.*
3. ARIAS Padilla, Alberto, "Privatización de los espacios universitarios en México", en *Veredas*, Año 4, Número 7, 2003.
4. CEBRIÁN Herreros, Mariano, *La radio en la convergencia multimedia*, Gedisa, España 2001.
5. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
6. ESTRADA, Eric, "Radio universitaria, lejos de la sociedad", en *Zócalo*, México, mayo 2005.
7. FREIRE, Paulo, *La Educación como práctica de la libertad*, Siglo XXI, México 1982.
8. LASH, Scott y URRY, John, "Industria cultural" en *La Economía de signos y espacios sobre el capitalismo de la organización*, Amorrortu, Argentina 1993.
9. LÓPEZ Zarate, Romualdo et. al., *Historia de la UAM: sus primeros 25 años*, Vol. 1, UAM 2000.
10. LUGO, Lourdes, *Estudio Diagnóstico de Radiodifusoras y Productoras de las Instituciones de Educación Superior en México*, ANUIES-UNESCO (IESALC), 2005.
11. NAVARRO Benítez, Raúl, "Por mi raza hablará el video" en *Y TV… ¿Quién eres?*, UAM Xochimilco – Programa Cultural de las Fronteras, México 1991.
12. ORTIZ, Miguel Ángel y Marchamalo, Jesús, *Técnicas de comunicación en Radio*, Paidós, España, 1997.

13. PANTOJA Morán, David, “La radio y la educación superior” en *Foro de consulta popular sobre comunicación social Vol.3*, 1983.
14. PIAGET, Jean, *Psicología, lógica y comunicación*, Nueva Visión, Argentina 1970.
15. RAMÍREZ Loria, Hernán, “Proyección de la universidad a través de la radio” en *Foro de consulta popular sobre comunicación social Vol.*4, 1983.
16. RINCÓN Rodríguez, Omar, *La radio en la Universidad Javeriana*, publicación electrónica: http://www.uady.mx/sitios/radio/ariadna/articulos/javeriana.html
17. ROMO Gil, Cristina, *La otra Radio. Voces débiles, voces de esperanza*, Fundación Manuel Buendía A.C., IMER 1990.
18. WINOCUR, Rosalía, *Ciudadanos mediáticos*, Gedisa, España, 2002.