

# **LA RADIO SIN ANTENAS PROPUESTA DE UN MODELO DE RADIODIFUSION UNIVERSITARIA**

José Cisneros E\*

## **AUSENCIA DE UNA RADIODIFUSORA CULTURAL EN PUEBLA**

A pesar del reducido número de emisoras culturales que hay en nuestro país (81 contra 848 estaciones comerciales según datos recientes de la Revista Mexicana de Comunicación), en casi todas las entidades federativas de México se cuenta al menos con una de ellas. De los estados colindantes con Puebla, por ejemplo, Hidalgo tiene 8, Tlaxcala 1, Veracruz 2, el Estado de México 1, Morelos 4, Guerrero 5 y Oaxaca 3 (Revista Mexicana de Comunicación No. 4:1989:14). Sin embargo, Puebla es el único estado de la República Mexicana que no tiene emisora cultural. Ninguna universidad, asociación civil, empresa comercial o institución gubernamental posee una radiodifusora de este tipo.

La primera pregunta que surge es ¿Por qué, si todos los demás estados del país cuentan con radiodifusoras culturales, Puebla no tiene ninguna?

No existe una investigación científica que nos permita responder de manera contundente esta pregunta. Sin embargo, en el medio radiofónico de la ciudad de Puebla se perciben algunos elementos de respuesta que nos permiten aclarar la situación, y que pueden sintetizarse en los cuatro argumentos siguientes:

- a) Los radiodifusores plantan que la radio cultural "no es negocio".
- b) Los programas culturales tradicionales no corresponden a los gustos e intereses de la audiencia.
- c) La S.C.T. no ha otorgado ninguna frecuencia con este fin a ninguna organización o persona física.
- d) El alto costo de instalar una emisora.

\*Universidad de las Américas, Puebla.

**Analícemos cada uno de estos puntos:**

***"La radio cultural no resulta un negocio".***

En la IV Semana de la Comunicación de la Universidad Iberoamericana, plantel Golfo-Centro, celebrada en noviembre de 1987, los señores Ricardo Menéndez, gerente de la emisora XEHR, y Fernando Canales, productor del grupo Radio Oro, enfatizaron que cualquier programa radiofónico o anuncio que no dejaran utilidades económicas, no tenían cabida en una emisora comercial. Argumentó el señor Canales que sus esfuerzos por producir programas culturales, como la sección dominical en la que él incluía música "clásica", se ven frustrados por falta de audiencia, y que además, en este medio se tiene que producir bajo presión de tiempo y costo, lo que imposibilita hacer programas de alta calidad en cuanto a su contenido. En las afirmaciones de ambos profesionales de la radio quedó claro que las empresas radiofónicas no buscan arriesgarse en emisiones poco o nada rentables, y que en esta categoría ubican la producción de programas culturales (Cisneros:1988:3).

***"Los programas culturales tradicionales no corresponden a los gustos de la audiencia".***

Este argumento viene a complementar la apreciación de los radiodifusores privados. Afirmación ratificada por Alma Rosa Alva de la Selva para el caso del Distrito Federal, donde las estaciones XEEP "Radio Educación", XEUN "Radio Universidad" y XELA, "Buena música en México", cuentan con *ratings* muy bajos (Alva de la Selva:1982:40-41).

***"No se ha otorgado ningún permiso o concesión para instalar una radiodifusora cultural".***

Durante 25 años la Universidad Autónoma de Puebla ha solicitado una frecuencia y "le ha sido reiterativamente negada", como afirma Fátima Fernández en su primer libro (Fernández:1982:193), y los propios funcionarios de la Universidad Autónoma de Puebla, quienes interpretan la negativa como un argumento no técnico sino político. Y fuera de esta institución, no se conocen públicamente otras propuestas para utilizar una emisora con fines no comerciales.

***El alto costo de instalar una emisora:***

De acuerdo a datos aportados por el ingeniero Ignacio Espinosa, quien ha sido el responsable de la instalación de emisoras como XEEP,

Radio Educación, XEGEM, Radio Mexiquense y las siete emisoras del Instituto Nacional Indigenista, instalar actualmente una radiodifusora de 500 a 1000 watts, potencia suficiente para cubrir sólo el municipio de Puebla, costaría aproximadamente 800 millones de pesos (Espinoza:1990), cifra que no es fácilmente erogable por cualquier institución interesada en la radiodifusión cultural.

De acuerdo a lo anterior, se establece una cierta **contradicción** entre la necesidad social de emisoras culturales destacadas por estudiosos del medio (como Javier Esteinou, Fátima Fernández, Alma Rosa Alva de la Selva y Raúl Cremoux., entre otros), por un lado, y las posibilidades reales de satisfacer esas necesidades, por otro.

### **ANTE ESTA SITUACION ¿QUE HACER?**

Ante la falta de una emisora cultural o universitaria, y siendo la difusión del conocimiento una función de las universidades, vale la pena preguntarse, ¿qué hemos hecho los universitarios en Puebla? ¿qué estamos haciendo en materia de radio educativa y cultural?

El primer antecedente lo estableció la Universidad Autónoma de Puebla, ya que, aún sin permiso, realizó algunas emisiones radiales durante un corto tiempo, a principios de los años 80. Posteriormente, a partir del año 1986, equipos tanto de la UAP como UDLA-Puebla, han estado produciendo programas radiofónicos, tales como: "La revista semanal de Economía" (UAP) y "Perfiles universitarios" (UDLA-P), que se difunden a través de emisoras comerciales de la Ciudad de Puebla.

La UDLA-Puebla ha venido haciendo uso de la radiodifusión local a través de su Departamento de Comunicación Social, principalmente para dar información institucional, para promover actividades de incorporación estudiantil y para difundir eventos diversos. Recientemente (marzo 1989) ha empezado a preparar un programa de corte académico ("Enfoques") con profesores de tres departamentos de la Escuela de Ciencias Sociales.

Más recientemente aún, desde el mes de septiembre de 1989 se empezó a realizar, en convenio con el Sistema Estatal de Radio, un programa radiofónico denominado "Encuentro universal", en el que participamos hasta la fecha equipos de cinco universidades de Puebla,

un día de la semana cada uno, y que se difunde de lunes a viernes por una emisora comercial de frecuencia modulada.

Con estos antecedentes pueden apreciarse al menos dos cosas: En primer lugar, que no es necesario poseer una emisora para empezar a hacer radiodifusión educativa, situación que ayuda a enfrentar el problema económico en gran medida, y en segundo, que no existe una estrategia definida para desarrollar la radiodifusión cultural en general, y específicamente universitaria, sino intentos asistemáticos por "salir al aire".

Vale la pena preguntarse entonces: ¿Por dónde seguir?, ¿cómo desarrollar una estrategia de radiodifusión cultural a mediano y largo plazo?, ¿cómo construir un modelo de radiodifusión que responda a las circunstancias específicas de instituciones educativas, sin emisora propia, como es el caso de nuestras universidades ubicadas en Puebla?, ¿es posible hacer programas educativos y culturales que sean escuchados espontáneamente por la audiencia poblana?

A estas preguntas pretende responder principalmente la presente propuesta, mediante la construcción de un modelo de radiodifusión universitaria que no requiera de una emisora propia. Por supuesto, no se trata de sustituir de ninguna manera la estrategia de obtener una frecuencia universitaria, sino de abrir una posibilidad más. Una posibilidad, además, susceptible de ser generalizada a muchas otras instancias y ámbitos de la vida social, y no únicamente de aplicación en las universidades.

No obstante esa posible generalización, por ahora hablaremos específicamente del modelo de radiodifusión universitaria que resuelva las principales limitaciones económicas y estratégicas antes señaladas, y que, por lo tanto, deberá integrar al menos las características siguientes:

- que sea de bajo costo, de preferencia autofinanciable.
- que no requiera autorización de la S.C.T.
- que defina claramente sus objetivos educativos y culturales.
- que corresponda a los gustos e intereses de la audiencia.

Concretamente, hablo de un modelo de radiodifusión sin antenas propias, de bajo costo, cuyos programas sean generados por estudiantes y profesores universitarios de acuerdo a los intereses culturales de la audiencia, y que he denominado "La radio sin antenas".

## **PROPUESTA: UN MODELO DE RADIODIFUSION UNIVERSITARIA SIN ANTENAS PROPIAS**

Con base en la necesidad y ante la problemática de instrumentar en Puebla prácticas sistemáticas de radiodifusión educativa y cultural propongo la creación de una *organización básica* para la producción y difusión de programas universitarios. Organización que en la práctica ha surgido en el contexto específico de las universidades de Puebla, pero cuyo diseño general es susceptible de ser aplicado no sólo a otros ámbitos universitarios, sino a cualquier otro medio social.

Este modelo universitario de organización, como se mencionó anteriormente, deberá incorporar al menos las características siguientes:

- de bajo costo o autofinanciable.
- que no requiera autorización de la S.C.T.
- con claros objetivos educativos y culturales, y
- cuya programación corresponda a los gustos e intereses de la audiencia.

Lo anterior nos obliga a definir para el modelo al menos dos tipos de elementos: elementos teóricos, que nos permitan establecer un horizonte claro y amplio a la vez, trascendente, para el desarrollo de las prácticas radiofónicas, y elementos prácticos, que nos garanticen el funcionamiento eficiente y la permanencia de las prácticas mencionadas.

En nuestro caso, los elementos teóricos que podrían considerarse indispensables son los conceptos de: radiodifusión universitaria, educación y cultura. Y los elementos prácticos: una estructura organizativa específica, el acceso al tiempo de antena de una o varias radiodifusoras establecidas, y los recursos que nos permitan la permanencia en la operación del modelo.

Veamos con mayor detenimiento cada uno de estos elementos.

### **Los elementos teóricos**

#### **A. El concepto de radiodifusión universitaria**

Como podrá comprobar quien escuche o visite las radiodifusoras universitarias, casi la totalidad de ellas manejan la música "cultura" como distintivo de prestigio académico e imagen de su función "educativa", sin que exista una definición clara, por escrito, de lo

que entienden por "educación" y por "cultura". Asimismo, se carece de una definición de radiodifusión universitaria que funcione como concepto de aplicación general, por lo que puede darse el caso, como de hecho se da, de emisoras de este tipo que mediante sus políticas excluyen el tratamiento de todo tema político, por ejemplo.

Lo anterior puede llevarnos de inmediato a una disyuntiva: o trabajamos en una investigación específica para definir un concepto de radiodifusión universitaria que pueda ser de aplicación general, o se define específicamente para la institución interesada en aplicar el presente modelo.

Desde mi punto de vista, por ahora resulta más adecuado y realista definir el concepto de radiodifusión universitaria en términos de cada institución, puesto que, entre otras implicaciones, tal concepto deberá estar estrechamente vinculado a la concepción que la institución tenga acerca de su labor académica y su proyección social. En este sentido, propongo que el concepto de radiodifusión universitaria se deduzca a partir de una consulta a la comunidad universitaria, principalmente autoridades y profesores (sobre todo profesores especialistas en el campo), acerca de las finalidades y funciones que deberá cumplir la radiodifusión universitaria. En todo caso, una característica que podría anticiparse acerca del concepto mencionado, es la incorporación de un criterio de pluralidad en el manejo de los contenidos, a fin de no contradecir este aspecto esencial de la naturaleza universitaria.

#### B. El concepto de Educación

Por lo que respecta al concepto de educación, en la medida que es un tema que ha sido más discutido que el de radiodifusión universitaria, quizá resulte suficiente con revisar las concepciones más difundidas que existen al respecto, y optar por una que sirva de referencia a las prácticas radiofónicas. Evidentemente, esta opción habrá de ser también tomada institucionalmente.

#### C. El concepto de Cultura

Al igual que el concepto de educación, definir la idea que se pretende manejar de cultura es una tarea de enormes implicaciones para la concepción y el manejo de las prácticas radiofónicas. De manera que para abordarla será necesario recurrir a diferentes estudios que, principalmente dentro de la antropología social, han

aportado investigadores como Guillermo Bonfil, Pierre Bordien, Rodolfo Stavenhagen o Mario Margulis.

Pasemos ahora a señalar los elementos prácticos que habrá de contemplar el modelo administrativo de radiodifusión universitaria.

### **Elementos prácticos:**

#### **A. Estructura orgánica**

Es necesaria una organización de estructura muy sencilla y de una dimensión adecuada para lograr de manera eficiente y económica las metas de radiodifusión planteadas. Se requiere, asimismo, que esta organización sea lo suficientemente flexible para crecer o decrecer indistintamente según los recursos que circunstancialmente se vayan adquiriendo o consumiendo, como es el caso de los tiempos de antena o la colaboración temporal de algunos productores radiofónicos, de manera que se evite la subutilización de tales recursos.

#### **B. Tiempo de antena**

El tiempo de antena en una o más emisoras establecidas, es un elemento clave que sustituye la falta de una radiodifusora propia. Asimismo, permite la ejecución de estrategias radiofónicas que impliquen el uso de una o varias emisoras de acuerdo al perfil de la audiencia a la que se pretenda llegar. Lo cual posibilita, además, una libertad de acción muy amplia a bajo costo relativo, en la medida que se aprovechan infraestructuras especializadas sin necesidad de crearlas y mantenerlas.

#### **C. Permanencia**

Mantener la producción y difusión de los programas educativos y culturales, nos lleva a la necesidad de conocer y manejar cuidadosamente cuando menos tres aspectos: el político, el económico y el social.

a. En el aspecto político, resultará importante opinar desde un punto de vista plural, sin hacer proselitismo de alguna tendencia política en particular, sino aportando diversos elementos de juicio para que la audiencia se forme su propia opinión. Lo cual no sólo apoyará la permanencia sino también la credibilidad de las emisiones.

b. En el aspecto económico, mantener la producción y la difusión de los programas culturales, ya sea con patrocinio interno o externo a la universidad, pero sin comprometer el enfoque objetivo, plural, universitario, de los mismos.

c. En el aspecto social, sostener una adecuada relación con la audiencia, respondiendo a sus intereses y ciertos gustos; relación que, de alguna manera, garantice que siga escuchando las emisiones durante un tiempo indefinido.

### **El problema del financiamiento, ¿cómo resolverlo?**

El financiamiento de cualquier modelo de radiodifusión implica al menos cinco tipos de gastos: costos de instalación, gastos de mantenimiento del equipo técnico y compra de materiales para la producción, sueldos del personal, gastos de desplazamiento físico y tiempo de antena. Evidentemente esto requiere de un estudio financiero específico para cada caso que rebasa los alcances de este trabajo. No obstante, pueden mencionarse algunas recomendaciones generales. Por ejemplo, en el caso de una institución universitaria.

A. Los costos de instalación, o algunos de ellos, pueden evitarse aprovechando instalaciones existentes en la universidad o buscando donaciones puntuales de empresas del ramo, acreditables a su pago de impuestos.

B. Los gastos de mantenimiento pueden atenuarse integrándolos a los servicios de mantenimiento que la institución ya ejerce, de modo que se evite la creación de un servicio totalmente nuevo. La compra de materiales de producción es inevitable.

C. Los sueldos del personal pueden ser mínimos a través de dos mecanismos: por una parte, aprovechar el trabajo de profesores de tiempo completo especialistas en radiodifusión, mediante una compensación a su sueldo normal. Por otra parte, solicitando la colaboración de estudiantes del área de la comunicación a través de la prestación de su servicio social, o creando equipos voluntarios con estudiantes interesados en obtener experiencia en el medio.

D. Los gastos de desplazamiento físico también son inevitables y no resultan onerosos.

E. En cuanto al tiempo de antena, la adquisición de éste puede hacerse de varias maneras; entre otras:

- a. Mediante compra directa, ya sea con recursos de la propia institución universitaria o de algún patrocinador externo.
- b. Por convenio con dependencias gubernamentales para aprovechar los tiempos correspondientes al 12.5% del tiempo de programación que por ley tienen que ceder las emisoras.
- c. A través de acuerdos con las propias emisoras para cubrir tiempo de la programación sin costos de producción para ellas.

Con base en todos los elementos anteriores, me parece que ya es posible pensar en el diseño de una estrategia específica de radiodifusión educativa y cultural.

El modelo de "La radio universitaria sin antenas", desde el punto de vista administrativo, se integra en lo esencial con los elementos siguientes:

1. Una estrategia básica
2. Una estrategia educativa
3. Definición de funciones
4. Estructura orgánica
5. Mecanismos de operación
6. Sistema de financiamiento

El desarrollo particular de cada uno de estos elementos depende de las condiciones y perspectivas de cada institución universitaria. En el caso específico de la Universidad de las Américas-Puebla, nos encontramos trabajando en ello.

## **ALGUNAS REFLEXIONES**

El prediseño de un modelo de radiodifusión universitaria representa probablemente muy poco avance desde el punto de vista operativo. Pero indudablemente puede significar un aporte de gran utilidad en tanto planeación de una línea de trabajo, en cuanto apertura de un horizonte profesional, académico y práctico, puede contribuir a la definición de un escenario al que pretendemos llegar; nos puede ayudar el planear el futuro.

En esta dimensión, por lo tanto, como posibilidad capaz de orientar la acción de un cierto número de personas interesadas en desarrollar la radiodifusión educativa y cultural vale la pena destacar algunos aspectos del modelo:

### **Aplicación General**

El modelo de "La radio sin antenas", como una respuesta posible ante la necesidad de radiodifusión cultural participativa y autosostenida, como posibilidad económica y creativa frente a la no propiedad de las antenas radiodifusoras, genera una alternativa de aplicación generalizable a muchos grupos y a diversos ámbitos de la vida social. Es decir, la estructura del modelo puede ser desarrollada no únicamente a través de instituciones universitarias, sino como estrategia de asociaciones civiles, sindicatos, asociaciones profesionales, clubes de servicio y dependencias gubernamentales a nivel federal, estatal y municipal. Sin descartar su empleo a nivel de organizaciones patronales o de empresas particulares.

### **Sobre la trascendencia del concepto de cultura en las prácticas radiofónicas universitarias**

Si consideramos el concepto de cultura básicamente como un sistema de respuestas colectivas a las necesidades sociales de un grupo, ante la naturaleza y ante otros grupos humanos. En otras palabras, y a diferencia del uso muy difundido del término cultura como erudición o arte, si en nuestro análisis no reducimos la cultura, por ejemplo, a escribir o leer libros, o bien a asistir a eventos artísticos o visitar museos y zonas arqueológicas. Si concebimos el arte, inclusive, como una respuesta a las necesidades sociales de expresión, creatividad, recreación, imaginación e interpretación de la vida, además del necesario placer estético. Y si, no obstante la extensión y profundidad del arte, pasa a ser sólo uno de los elementos culturales al lado de la forma de hablar, de comer, de vestir, junto con la agricultura, la ciencia, la tecnología, la economía, la antropología, la filosofía, etc. La cultura, estudiada desde esta perspectiva, abarcaría de hecho todas las prácticas sociales, pero se caracterizaría por ser creación y asimilación colectivas. Donde los individuos contribuyen con aportaciones valiosas, tal vez hasta geniales. Pero donde esos aportes sólo pasan a formar parte del sistema cultural en la medida que son asumidas por la colectividad como respuestas válidas en su tiempo y en sus circunstancias. En contraposición a la llamada "cultura de masas", la cultura, en el sentido antes mencionado, no sólo consistiría en consumir productos e ideas, sino en producirlos, reproducirlos, usarlos, rehacerlos e integrarlos al sistema colectivo de respuestas antes mencionado.

Y en esta concepción del ejercicio cultural, las prácticas radiofónicas tendrían una incidencia directa. Esta tarea de esclarecimiento del concepto de cultura es, por tanto, una función trascendente de la radio en general, por lo que habrá de considerarse muy especialmente al definir el sentido social de las prácticas radiofónicas universitarias.

### **El costo del modelo: bajo y flexible**

Como es lógico, la implementación completa de cualquier modelo de radiodifusión, desde el punto de vista financiero, implica hablar en centenas de millones. Sin embargo, en el caso del modelo de "Radio sin antenas", quedan descortados todos los gastos de trámite de frecuencia, instalación de la emisora y los gastos de operación de la estación. Circunscribiéndose los gastos, exclusivamente a los costos de producción y emisión de programas radiofónicos estratégicos, en horarios parciales. Con la flexibilidad de ampliar o disminuir las emisiones de acuerdo a los recursos financieros con los que se cuenta.

Por otra parte, el costo de la implementación de un modelo de radiodifusión universitaria, habrá de pensarlo, en todo caso, como una doble inversión: como una inversión en un laboratorio similar a otros dedicados a la docencia y a la investigación, y como una inversión permanente en la relación de la universidad con su entorno inmediato.

### **La participación de los estudiantes en la radiodifusión universitaria**

La radiodifusión universitaria de nuestro país ha descartado tradicionalmente la participación de los estudiantes en la producción, conducción y transmisión de programas radiofónicos "profesionales" que salen al aire. Las ocasiones en que se les ha permitido el acceso a las ondas hertzianas han sido excepcionales, puntuales, pasajeras; en todo caso, insignificantes, estadísticamente hablando.

¿Por qué esta exclusión de los estudiantes?

Para sustentar esta discriminación de los estudiantes, los argumentos que pueden considerarse más comunes, son: su falta de responsabilidad, constancia y habilidad técnica y política para desarrollar programas duraderos y de calidad. Ha mucho de cierto en ello si consideramos a los estudiantes como una entidad aparte de los maestros y profesionales de la radio. No es del todo válido si los consideramos como parte sustancial de la comunidad universitaria junto con

sus profesores, y menos aún es razón suficiente para que, debido a sus limitaciones naturales, se les niegue la posibilidad de crecimiento profesional.

Por el contrario, ¿cuál puede ser la transcendencia de incluir a los estudiantes dentro de un modelo de radiodifusión universitaria?

En primer lugar, brindarle una oportunidad para la práctica radiofónica en particular, y una ocasión para la práctica social en general, de manera que posteriormente se integren a la vida profesional con mejores elementos para lograr a corto plazo la eficacia que de ellos se requiera en sus centros de trabajo.

Por otra parte, ampliar el concepto de radiodifusión universitaria que se ha estancado en charlas doctas de especialistas cuyos intereses y lenguaje, salvo honrosísimas excepciones (como es el caso de Tomás Mojarro en Radio UNAM) se han apartado en mucho de la audiencia a la que pretenden dirigirse.

La inclusión de los estudiantes tal vez no represente un claro avance de la radiodifusión universitaria desde el punto de vista principalmente técnico, y tampoco son prácticas fáciles de mantener, pero seguramente permitirán inyectar una mayor creatividad al quehacer radiofónico. En todo caso, abrir una radiodifusión universitaria a la participación estudiantil, es una forma doméstica de trabajar en la democratización del uso de la radio.

Finalmente, como diría Antonio Machado, "se hace camino al andar", y no será necesario esperar a tener 800 millones de pesos para empezar a desarrollar el modelo de "La radio sin antenas", como ocurriría si se pensara en la instalación de una radiodifusora común y corriente. Con todas las deficiencias que este modelo pueda tener, nos permite comenzar ya, como en el caso de cualquier negocio modesto, con una salida al aire, que puede ser el principio de una manera sencilla de hacer una radio educativa y cultural diferente.

## FUENTES DE INFORMACION

### Informante

Espinoza, Ignacio. Ingeniero en Electrónica, responsable de la instalación de las siete estaciones radiotransmisoras del Instituto Nacional Indigenista, Radio Educación y Radio Mexiquense, entre otras. México, D.F. febrero de 1990.

**BIBLIOGRAFIA**

- Alva De la Selva, Alma Rosa. *Radio e ideología*. Ediciones El Caballito. México, 1982.
- Cisneros, José. *Notas sueltas sobre la radio en Puebla*. Universidad de las Américas-Puebla, México, 1988.
- Esteinou Madrid, Javier. *Hacia la primavera del espíritu nacional*. Fundación Manuel Buendía y Programa Cultural de las Fronteras. México, 1989.
- Esteinou Madrid, Javier. "Los medios de comunicación y los terremotos de 1985 en México". En *Revista mexicana de comunicación* No. 8. México, noviembre-diciembre de 1989.
- Fernández Christlieb, Fátima. *Los medios de difusión masiva en México*. Juan Pablos Editor, México, 1986.
- Mejía Barquera, Fernando. *La industria de la radio y la televisión y la política del estado mexicano. 1920-1960*. Fundación Manuel Buendía. México, 1989.