

# LA RADIO UNIVERSITARIA: RADIO UNIVERSIDAD DE LA UABC

**Manuel Ortiz Marín**

*Profesor de la Universidad Autónoma de Baja California.*

## 1. La radio en México

### 1.1 La radio ayer y hoy

La radio en México es un medio de comunicación social indispensable para el logro de nuestra identidad e integración nacionales, pues presenta en su conjunto la máxima cobertura y penetración, comparativamente con cualquier otro de los medios de comunicación masiva.

Su cobertura, a partir de sus propias características tecnológicas, le permiten cubrir por entero el territorio nacional, lo mismo grandes ciudades, que pequeñas comunidades y hoy día, se inicia un modelo de radio por suscripción que permitirá diferenciar a los tipos de radioescuchas por su preferencia, ubicación geográfica y capacidad económica. Según datos de 1988 se estima que existen 12 millones de radiohogares (Pérez Correa, 1988), a los que debe añadirse el auditorio de automovilistas y de radio portátiles, lo que en suma representa la conformación de una población de radioescuchas que oscila entre 65 y 70 millones de mexicanos, es decir, cerca del 95% de la población total.

Pero la radio en México de hoy, no sólo se distingue por su cobertura, sino primordialmente por sus avances tecnológicos que la colocan a punta de la carrera por las preferencias de las audiencias, al lado de su rival la televisión.

Sin embargo, el actual panorama de la radio en México, difiere de las precariedades y condiciones poco halagüeñas de su inicio.

En 1921, surge formalmente la radiodifusión en México, sin tener una clara idea del alcance y potencial que como medio tendría más tarde. Existen divergencias sobre la paternidad de las primeras transmisiones radiofónicas, algunos autores se la atribuyen a Constantino de Tarnaba, en la ciudad de Monterrey, otros al doctor Adolfo Enrique Gómez Fernández (Fernández Christlieb, 1989 y Mejía Barquera, 1989).

Se considera que el principal promotor del inicio de la radio comercial fue Raúl Azcárraga Vidaurreta, propietario de la Casa de la Radio, quien en sociedad con el periódico El Universal, se da a la tarea en 1923 de establecer la primera estación de radio, ya con una concepción como tal, la CYL. Por su parte, su hermano, Emilio Azcárraga Vidaurreta, comerciante y con intereses en la RCA Víctor funda en 1930 la XEW, que posteriormente se convertiría en “la voz de la América Latina desde México”. La estación más influyente y con mayor potencia en México (Reibel Corella, et. al., 1989).

Es en 1929 en la ciudad de México con el surgimiento de la CZE (XEEP-Radio Educación) cuando se constituye la primer estación de carácter educativo, con propósito de difundir programas de carácter social y de orientación (Romo, 1990).

En 1937 se funda la primer estación de radio de una institución educativa superior, Radio Universidad de la Universidad Nacional Autónoma de México (XEXX), cuya principal característica es transmitir programas educativos, informativos y culturales (Bohmann, 1989).

A pesar del apoyo oficial de la radio educativa, lo que imperó en las primeras décadas de la radio fueron primordialmente estaciones de corte comercial, muy orientadas a los programas en vivo y de concurso, y a las radionovelas, con la participación de los principales artistas de ese momento; formatos que en su conjunto tuvieron gran éxito en las primeras décadas de la radiodifusión en México.

Esta perspectiva se acentuó con el paso del tiempo y a la “ayuda” del gobierno a las empresas privadas, al otorgar numerosas concesiones a particulares para la explotación de las frecuencias, primero en Amplitud

Modulada (535 a 1615 kilohertz) y posteriormente a Frecuencia Modulada (88 a 108 megahertz).

De tal forma que para 1989, los datos nos indican que de 929 emisoras de radio, 848 concesiones son de carácter comercial y conforman el 91% y sólo 81 estaciones tienen permiso de como culturales y pertenecen a instituciones gubernamentales, universidades o independientes, lo que representa el 9%.

Actualmente, sólo 23 estaciones son de universidades públicas y de éstas, sólo una frecuencia está autorizada para una universidad privada (Velazco Ugalde, 1989).

Como dato sobresaliente, destaca la discrepancia en los rangos de potencia de las estaciones permisionadas, que van desde los 250 mil wats de potencia de radio frontera, también denominada la voz de la amistad en ciudad acuña, Coahuila perteneciente al Instituto Mexicano de la Radio, organismo gubernamental dependiente de la Secretaría de Gobernación, y los 220 wats potencia de la estación del Instituto Tecnológico Regional de Celaya, en A. M. amba (Romo, 1990).

Finalmente, cabría reflexionar sobre las razones del gobierno mexicano para otorgar tan pocos permisos a instituciones educativas o grupos de la sociedad civil interesados en hacer “otra radio”, tan diferente a la consabida fórmula comercial de música, anuncios y noticias.

Tal vez la respuesta está en relacionar el tipo imperante de medios electrónicos de difusión, con los principales capitales mexicanos y en el servicio que ambos han prestado a la consolidación de un modelo económico nacional y a la estabilidad de un sistema político.

## 1.2 Formatos radiofónicos

Pero en sí, ¿qué es la radio? Josefina Vilar nos dice “la radio es un medio de comunicación de imágenes sonoras que puede transmitir tanto grabaciones realizadas en el pasado como ejecuciones ‘vivas’; es decir, que se escucha en el momento mismo de su ejecución” (Vilar, 1988).

La capacidad de su instantaneidad, es una particularidad que la radio ha sabido explotar hábilmente en franca competencia con la televisión, con la cual comparte también esta característica.

Pero a diferencia de este medio de comunicación, la radio se ha convertido en un elemento más de la continuidad del hombre.

Va junto a él, en la oficina, en la fábrica, en la calle, en los autos, en los eventos deportivos, en medio del tránsito denso de una ciudad, o en la apacible montaña o playa; en suma, es un compañero agradable que no requiere fijar la atención en él.

Esas características de la radio hacen que su audiencia, a diferencia de antaño, hoy no permanezca junto al receptor, más bien, es una escucha intermitente que reacciona según las preferencias musicales o a lo impactante de las noticias.

Uno de los sucesos que cambio fuertemente el comportamiento de la radio como medio de difusión masivo, fueron los acontecimientos relacionados con los sismos de 1985 de la ciudad de México.

En esas primeras horas y durante los días posteriores a los sismos, la radio primero y después la televisión, fueron de valiosa ayuda a los habitantes de esa ciudad para orientarlos con respecto a los primeros avisos de auxilio.

Primordialmente la radio, por su característica de “instantaneidad” le permitió ser una vital informadora de las condiciones de emergencia de las distintas zonas de la ciudad, multitud de llamadas se recibieron en las radioemisoras en busca de personas desaparecidas y a la par, la radio fue elemento importante para apoyar las labores de coordinación en el envío eficaz de ayuda a los damnificados.

En ese momento, la radio asumió, aunque por breve tiempo, su función social, después todo volvió a la normalidad. La radio, en ese principio de música, anuncios comerciales y noticias, adecua sus formatos de presentación para ser atrayente al radioescucha según los entornos sociales y culturales.

Para ello utiliza cuatro formas de operación, que a su vez dan pie a los formatos o géneros radiofónicos. A partir de que, como lo señalamos en un principio, existen dos características de la radio, la programación en “vivo” y a la grabada, la radio puede elaborar programas que conjugan estas peculiaridades.

- La transmisión de acontecimientos exteriores en “vivo”
- El registro o grabación de acontecimientos ocurridos fuera de cabina, que permite su posterior educación
- La transmisión de acontecimientos en “vivo” dentro de una cabina
- La grabación de programas en el estudio (Vilar, 1989).

### **1.3 Lenguaje radiofónico**

La radio como medio de expresión humana, usa también las múltiples formas de comunicación de éstos, pero privilegia ciertos lenguajes en función de sus propias características técnicas y como medio de difusión.

Los componentes básicos del lenguaje sonoro de la radio son: el verbal, el musical, los ruidos y el silencio. Cada uno de ellos se combina y yuxtapone para dar forma a la expresión radiofónica y a la creación de imágenes acústicas. Se trata de una secuencialidad muy peculiar en relación con otras narrativas, particularmente la escrita.

La combinación de los lenguajes sonoros da pie a la producción radiofónica, por ejemplo: los ruidos, entendidos en sus tres dimensiones: el ruido como obstrucción, como elemento de la realidad, como forma de expresión de la radio: “los famosos efectos sonoros”. Con relación al lenguaje verbal, éste lo entenderemos en la producción radiofónica como la palabra hablada, con una correcta ejecución fonética, acompañada de un adecuado énfasis que permite la expresión del sentido literario informativo.

La radio fue, en sus inicios y actualmente todavía, el principal difusor de la música, como elemento coadyuvante en la ambientación de sus programas o como un altavoz de la música, para ello la usa de diversas formas, como parte de su composición radial o en el proceso armónico de ser un evocador de imágenes abstractas.

Por su parte, el silencio, entra como parte de la expresión radiofónica, al dar un acento a la dramatización de un relato, o en oposición a la verborrea.

## **2. La radio universitaria**

### **2.1 Quehacer de la radio en las universidades**

La radio universitaria nace, como se explicó, en la etapa cardenista, el 14 de julio de 1937. La primera estación inaugurada fue Radio UNAM, siendo su primer director Alejandro Gómez Arias y rector de la Máxima Casa de Estudios Luis Chico Georne (Toussaint, 1990).

¿Cuál es el objeto de una radio universitaria? Según Sixto Candela, “las emisoras universitarias cumplen tareas concretas en apoyo a la cultura, la orientación, la enseñanza y la difusión de la investigación científica y humanística... promueve la cultura y la historia universal, sobre todo la música de alto valor estético y folklórico” (Vilar, et al, 1988).

Los precarios inicios de dicha estación universitaria ejemplifican finalmente las carencias de equipo, recursos financieros, personal capacitado y reconocimiento social que muchas de esas emisoras padecen aún hoy día. La frecuencia de aparición de las emisoras universitarias fue esporádica, pues hasta 1954 sólo existían cuatro radios universitarias, Radio UNAM, Radio Universidad de San Luis Potosí, Radio Veracruzana y Radio Universidad de Guanajuato.

Es hasta la década de los setenta cuando se impulsa fuertemente la radio universitaria y por ende, se autorizan siete permisos a otras tantas Instituciones de Educación Superior. Entonces surge la radio de las universidades de Baja California (1976), Guadalajara (1974) y Querétaro (1979), en Frecuencia Modulada.

En Amplitud Modulada, la radio de las universidades de Aguascalientes (1977), Durango (1976), Michoacán (1976) y Sinaloa (1973) (Toussaint, 1990).

Paradójicamente y a pesar del discurso oficial de apertura a los medios por parte del Estado, algunas universidades a la fecha no han logrado obtener el permiso correspondiente por parte de las autoridades respectivas, como son los casos de Guerrero, Zacatecas y Puebla\*, entre otras instituciones.

La principal preocupación de las emisoras universitarias, por lo menos hasta finales de la década de los ochenta era la difusión cultural, definida prácticamente por la emisión de música formal, noticieros y programas de comentarios sobre las artes y la cultura.

Esas características correspondían a sus propias definiciones como estación universitaria y a la preferencia por un radioescucha de un sólo tipo de perfil educativo, lo que las convertía en poco atractivas para el grueso de la población.

De gran apoyo a la labor de difusión cultural, dada las carencias para la producción de series o adaptaciones de novelas, lo han sido los convenios de intercambio con las emisoras extranjeras, particularmente las de Deutche Belle, Radio Neederland, la BBC de Londres y otras, así como con Radio Educación y eventualmente el intercambio de producciones de las propias radios universitarias.

En la parte informativa, por las características de la propia concepción de la noticia y en virtud de la naturaleza del auditorio preferentemente universitario, las emisoras universitarias se apoyan de los servicios informativos de Radio Educación, Radio UNAM, o del Instituto Mexicano de la Radio (IMER), que son valiosos auxiliares en ofrecer los últimos pormenores de los acontecimientos nacionales e internacionales.

Salvo esas características, las radios universitarias difieren sustancialmente en su programación, a pesar de que por definición están abocadas a la difusión de la cultura, las condiciones en que operan, el tipo de auditorio, las determinaciones de las autoridades en turno y su propia concepción como radio hace que cada una de ellas tenga propuestas diversas.

## **2.2 Perspectiva de las radios universitarias**

La dinámica de la radio en nuestro país, ha conducido a quienes tienen la responsabilidad de dirigir emisoras tanto concesionadas como permisionadas, a buscar nuevas fórmulas que puedan atraer y retener a los radioescuchas.

A este dilema se enfrentan cotidianamente las radios universitarias; por un lado, mantener su estilo de radiodifusoras culturales y, por otra parte, buscar formatos novedosos que atraigan a aquellos radioescuchas que esperan nuevos sonidos de la radio. Lo anterior, aunado a un factor fundamental que incide gravemente sobre la calidad de su trabajo, como lo es la escasez de recursos financieros que le son asignados por las instituciones educativas a las cuales pertenecen y hacen que la labor de las radios universitarias se torne cada vez más difícil.

Esto sin contar que algunas se hallan inmersas en instituciones de alta conflictiva, ya sea de carácter sindical, estudiantil o entidades cuyas peculiaridades políticas las convierten en codiciada presa de intereses ajenos a los que las emisoras o de la institución a la que pertenecen. Aunado a este panorama, otra parte de los esfuerzos de las radios universitarias se encamina a buscar alternativas en la obtención de financiamiento para su programación, bajo el esquema de patrocinio, dado que como radios permisionadas, están sujetas a la Ley Federal de Radio y Televisión, en su artículo 37 señala que se rebocará un permiso cuando se transmitan anuncios comerciales (Reibel Corella, et. al., 1982).

Aunque no es reconocida jurídicamente la posibilidad de usar la modalidad de patrocinio en las emisoras permisionadas, particularmente las universitarias encuentran en ella la posibilidad inmediata de obtener recursos que les permitan seguir operando con ciertas normas de calidad en su programación, a la par de mantener en buen estado los equipos de transmisión y lograr una mejoría en los ingresos de los trabajadores de la radio, dada las precariedades de los presupuestos de las instituciones públicas de educación superior para estos vitales rubros. Sin abandonar su estancia, las radios universitarias buscan nuevos modelos de difusión de las actividades de las casas de estudio, y por ende se han convertido en eficaces transmisoras no sólo de las actividades culturales, sino que cada vez intentar introducir radioescuchas en el conocimiento de la ciencia a través de formatos mil, que puedan interesar, tanto al universitario como al público lego en la materia.

De un tiempo a la fecha, las radios universitarias se han dado a la tarea de reunirse periódicamente a fin de conjuntar esfuerzos que multipliquen sus tipos de programación.

En dichos esfuerzos, la Asociación de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), conjuntamente con la Secretaría de Educación Pública han coadyuvado en buscar fórmulas que permitan a las radios universitarias generar intercambios en materia informativa, de producción o conjuntamente mejorar la capacitación de los recursos humanos que laboran en las emisoras.

Recientemente en la última reunión de este tipo, celebrada en Jalapa en noviembre de 1995, de la cual fue anfitriona la radio Veracruzana de la Universidad Veracruzana, surgió la posibilidad de establecer convenios que permitan enlazar a las emisoras vía satélite, con aquellas instituciones educativas que cuenten con esta tecnología, lo cual vendría a redundar en una mayor diversidad de modelos radiofónicos y temáticos, además de complementar su misión de difundir lo representativo de la cultura nacional.

En los casos de Instituciones de Educación Superior que no cuentan con emisoras, pero que tienen acuerdos con radios comerciales para transmitir programas de carácter cultural, las universidades que tienen frecuencias autorizadas, apoyarán las tareas de producción de las primeras, con la finalidad de que aquellas puedan diversificar sus temáticas y abordar otros géneros radiofónicos a través del intercambio de programas.

Sin embargo, existen varias paradojas al respecto, la poca vinculación de algunas de estas emisoras con la generación del conocimiento dentro de sus propias instituciones, les hace desatender la producción académica y científica del profesor e investigador universitario, redundando en una escasa difusión de esta vital actividad en el seno de las universidades.

Aunque habría que agregar, que tampoco el académico y en ocasiones, mucho menos el investigador tiene confianza en la capacidad de las emisoras universitarias en dar forma a su producción científica, y menos en el tipo de auditorio, cada vez más impaciente por oír sólo música y más música.

Otra área descuidada generalmente, es su relación con las nuevas generaciones de estudiantes de las licenciaturas en ciencias de la comunicación, población cuyas características son idóneas para ser incorporadas en las diferentes actividades de las radios universitarias, ya que su creatividad, interés y preparación básica en las técnicas de la producción radiofónica o informativa, los convierte en un recurso humano susceptible de enamorarse de la magia de la radio.

### **3. Radio Universitaria de la Universidad Autónoma de Baja California**

#### **3.1 Surgimiento y desarrollo de Radio Universidad**

La radio en la Universidad Autónoma de Baja California surge a partir de la inquietud de un grupo de universitarios por ver convertida en realidad la posibilidad de contar con una emisora que diera cabida a las expresiones de una comunidad universitaria que requería un medio de difusión de carácter cultural.

Las gestiones para obtener el permiso de operar una emisora de este carácter en la ciudad de Mexicali se iniciaron desde 1974 y fueron encabezadas por las autoridades universitarias en turno, los ingenieros

Luis López Moctezuma y Rigoberto Cárdenas Valdés, quienes como rectores de la máxima casa de estudios baja-californiana en su momento, perseveraron ante las autoridades de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, para la autorización, la cual finalmente les fue notificada dos años más tarde, para funcionar en la frecuencia 104.1 de FM con una potencia inicial de 250 wats.

Después de muchos ensayos y pruebas, casi accidentalmente logra salir al aire Radio Universidad el 8 de abril de 1976, siendo la Quinta Sinfonía de Beethoven la primera pieza musical en esta emisora, lo cual la convierte en la única radio cultural de la frontera norte de México durante un buen tiempo (Ortiz, 1994).

De ese tiempo a la fecha, Radio Universidad ha transitado por diversos caminos radiofónicos, destaca el inicio bajo la dirección de Antonio Meza Estrada, lapso en el cual se efectuó un trabajo radiofónico sensible a las expresiones culturales de ese momento, y gracias a la participación desinteresada de muchos universitarios, se logró la producción de programas de alto contenido cultural, lo cual fue sustancial para la creación de un perfil propio como emisora universitaria, que hasta la fecha perdura en gran parte de su programación.

Ese trabajo radiofónico ha permanecido durante un buen tiempo en el aire, dado que a pesar de las precarias condiciones de equipo y recursos humanos, se demostró que se podía hacer una radio de buena manufactura. En las siguientes etapas, Radio Universidad ha fortalecido su trabajo, pasando de 250 wats a 100 mil wats de potencia radiada, como opera actualmente, en la misma frecuencia.

Otro hecho importante es el de contar con instalaciones propias y adecuadas, tanto en la planta de transmisiones en el Fraccionamiento Campestre, como en el sótano del edificio de Rectoría, donde se ubican actualmente sus estudios y oficinas.

Asimismo, un acontecimiento significativo para la Universidad Autónoma de Baja California y, en especial, para la radio universitaria, fue la autorización de una segunda frecuencia para el puerto de Ensenada en 1987, la cual actualmente opera en el 95.2 de FM con 250 wats de potencia, la cual próximamente incrementará a partir de contar con un nuevo transmisor y antena.

En ese tránsito radiofónico que señalábamos párrafos arriba, Radio Universidad se ha conducido desde un modelo muy similar a Radio UNAM, con emisiones preferentemente de música clásica, hasta planteamientos radiofónicos más plurales en términos musicales, sin abandonar totalmente los espacios de música formal.

De idéntica manera su perfil de programación se ha adecuado cada vez más a las exigencias del público radioescucha que a la de sus directivos y autoridades en turno, lo anterior a partir de estar más sensible a la retroalimentación de su audiencia cautiva.

### **3.2 Modelo radiofónico actual de Radio Universidad**

Radio Universidad de la Universidad Autónoma de Baja California al cabo de sus ya 20 años de existencia como la primera emisora cultural de la frontera norte, enfrenta diversos retos en la búsqueda de responder a las exigencias de la sociedad bajacaliforniana que le da sentido y razón de ser como radio universitaria.

Actualmente, Radio Universidad tiene varios propósitos, entre los cuales destacan:

- Elevar la calidad de la producción radiofónica
- Mejorar la calidad en la transmisión de la señal
- Innovar en los contenidos, música y lenguaje radiofónico
- Mantener el perfil cultural y buscar nuevas audiencias
- Capacitar y actualizar a su personal, y
- Vinularse con el entorno de la U.A.B.C.

Para la ejecución de estos objetivos, a partir de 1995 Radio Universidad se ha dado a la tarea de evaluar su actividad, llevando al cabo un importante estudio de audiencia, aplicado en Mexicali, que le permitió conocer sus potencialidades y debilidades a partir de la opinión de sus radioescuchas y de quienes no lo son, y en consecuencia actuar conforme a proyectos y estrategias bien definidas, para el logro de sus objetivos como emisora cultural.

De esta forma procede a redefinir su perfil radiofónico, y proponer nuevas temáticas, formatos y géneros, a la par de buscar nuevas voces y expresiones musicales que le ayuden a continuar en la preferencia del público que ya la escucha, pero también atraer y retener a nuevas audiencias.

Ello implica innovar en la búsqueda de formatos de producción radiofónica atractivos para un nuevo tipo de radioescucha y perfeccionar los ya existentes mediante una mejor producción, manteniendo la calidad actual y las voces reconocidas por su público habitual.

Otra de las acciones sustantivas de Radio Universidad es la de concertar convenios de colaboración e intercambio con otras emisoras universitarias, que le permitan intercambiar material de producción y difundir de esta manera, tanto las expresiones de la cultura de otras latitudes como promover la originaria de Baja California.

En este mismo sentido, Radio Universidad se preocupa por vincularse con emisoras gubernamentales como el IMER, y Radio Educación, a fin de fortalecerse con los programas de alta calidad de estas estaciones y particularmente, con el valioso servicio noticioso que se ofrece cotidianamente las radios universitarias.

Aspecto significativo lo constituye la renovación del equipo, tanto de transmisión como para la producción de programas, dado que es importante mantener la calidad de señal que Radio Universidad le distingue desde hace tiempo, a pesar de las condiciones nada favorables que le corresponden en la frecuencia de FM en que actualmente transmite en Mexicali. Para comprender mejor el contexto en que se encuentra Radio Universidad, habría que tomar en cuenta el limitado entorno de contenidos culturales que difunden las otras radiodifusoras hermanas, en esa medida la tarea es titánica, no por el rating, sino por ofrecer un producto radiofónico de calidad temática o musical, particularmente para una audiencia que busca sonidos y lenguajes diferentes.

En un breve recorrido por su programación diaria, podemos percatarnos de que los programas de carácter musical han logrado una mayor diversidad de géneros, al abrir los micrófonos a expresiones no sólo de música formal o clásica, sino al género popular, al folklore latinoamericano, a las nuevas corrientes de la música moderna y obviamente a los diversos exponentes de música juvenil. Todo ello en búsqueda de vincularse como emisora universitaria, particularmente en un estado con un alto índice de jóvenes.

Uno de los espacios en los cuales a últimas fechas ha logrado mayor reconocimiento, es el ámbito informativo, cada día adquiere mayor profesionalismo y se le reconoce su tratamiento periodístico a la información, alejado de partidismos muy de moda en los medios bajacalifornianos.

### **3.3 Vinculación radio-academia**

Algunos de estos cambios significativos, tuvieron lugar a partir del momento en que empezaron a participar en la radio los estudiantes de la licenciatura en ciencias de la comunicación de la propia U.A.B.C., quienes con su dosis de optimismo, energía y por qué no, inexperiencia, introdujeron aires frescos a la programación de Radio Universidad. Sin embargo, hay otros espacios poco desarrollados, no por falta de interés, sino por la carencia de recursos humanos para ampliar la producción, éstos serían los programas para niños, jóvenes y el de la mujer. Aunque para estas temáticas ya existen programas de ésta índole, aún se requiere un mayor número de ellos que aborden los problemas de los jóvenes, de la mujer contemporánea, y de aquellos que despierten el interés del niño por la radio.

De idéntica manera, todo lo concerniente al conocimiento científico y tecnológico, es poco difundido, en parte por la carencia de productores que se dediquen a estos temas, así como a escasa preparación de estos en torno a los mismos, y finalmente y más grave aún, por la desvinculación que existe entre Radio Universidad y la producción del conocimiento dentro de la universidad en estos campos.

En los espacios informativos, otra tarea de vinculación podría ser la de incorporar la participación de especialistas universitarios cuyas opiniones puedan coadyuvar en el análisis de realidad social y dar un sustento más sólido a la interpretación de la noticia diaria.

### **3.4 Compromiso de la Radio Universitaria**

Como medio de difusión masivo, su capacidad de retroalimentación está limitada por sus propias peculiaridades técnicas, pero resulta innegable que una emisora cultural debe diseñar fórmulas que le permitan vehicular las formas de expresión de su audiencia, la radio de hoy requiere de abrir espacios para las voces de su público y de esta manera participa de la construcción de la realidad.

Esto conlleva a una apertura cada vez más pronunciada hacia audiencias no necesariamente universitarias, públicos que habrá que sustraer de las emisoras comerciales a través de ofrecerle opciones radiofónicas atractivas sin dejar de perder el sentido cultural que le da razón de ser a Radio Universidad.

Para lograr tal fin, requiere realizar dos tipos de acciones, una hacia el interior de la propia Radio Universidad, al capacitar y actualizar a sus productores, musicalizadores, programadores, reporteros y todos aquellos colaboradores externos en la utilización de lenguajes y formatos radiofónicos innovadores para un público que demanda de la radio nuevas formas de expresión y de conocimiento de la realidad, y hacia el exterior, convocar a la comunidad universitaria, especialmente a académicos e investigadores a colaborar en la construcción de una radio más plural, en la que tengan cabida todas las expresiones de la sociedad mexicana, consecuente con su misión emisora cultural.

En suma, capacitar a su personal, actualizar e innovar sus formatos radiofónicos, incorporar a su tarea cultural y de difusión al docente e investigador universitario, abrirse a nuevas audiencias y buscar mecanismos de participación del radioescucha que le retroalimenten, son parte de sus retos sustanciales como radio universitaria.



Aún así, y con todas las diferencias y aciertos que pueda tener, Radio Universidad ocupa un lugar indiscutible en el cuadrante de la radio fronteriza, consciente de que su responsabilidad es mayor por ser la única opción cultural en esta frontera.

## **Bibliografía**

Bohmann, Karin, Medios de Comunicación y sistemas informativos en México, Alianza Editorial Mexicana/Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, 1989.

Fernández Christlieb, Fátima, Los medios de difusión masiva en México, Juan Pablos Editor, México, 1989.

Mejía Barquera, Fernando, La industria de la radio y la televisión y la política del estado mexicano 1920-1960, Edit. Fundación Manuel Buendía, México, 1989.

Ortíz Martín, Manuel, Testimonios de la radio en Mexicali, Universidad Autónoma de Baja California, Mexicali, 1994.

Rebeil Corella, María Antonieta, et. al., Perfiles del cuadrante. Experiencias de la radio, Trillas, 1989.

Romo, Cristina, Ondas, canales y mensajes. Un perfil de la radio en México, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Guadalajara, 1991.

-----, La otra radio. Voces débiles, voces de esperanza, Instituto Mexicano de la Radio, México, 1990.

Velasco Ugaldó, Enrique, "Las concesiones que se vencen en 1989", Revista Mexicana de Comunicación, México, 1989.

Vilar, Josefina, Candela, Sixto, et al., El Sonido de la radio. Ensayo teórico y práctico sobre producción radiofónica, UAM-X, IMER, y Plaza y Janés, México, 1988.

\* El 4 de marzo de 1997 fue autorizada, por las autoridades correspondientes, el funcionamiento de la Radio BUAP. Nota del Editor.