

Este trabajo plantea la necesidad de formar especialistas en comunicación universitaria. A partir de considerar los problemas comunicacionales de estas instituciones educativas, la atención se centra en la mirada comunicacional y en la gestión. Analiza, asimismo, lo que significa una unidad de comunicación y cuáles son los alcances de la mediación y la transferencia, planteando la necesidad de políticas específicas que dependen de la voluntad de comunicación, de democratización y de convivencia universitaria. Incluye, por último, algunas líneas de trabajo posibles para abordar lo comunicacional en el marco de la universidad.

LA COMUNICACIÓN UNIVERSITARIA

En marzo de 1974, luego de un proceso de revisión de planes de estudios iniciado en junio de 1973, inauguramos en la ciudad de Mendoza, Argentina, los nuevos cursos de la Escuela Superior de Comunicación Colectiva. Tres modalidades de especialización se ofrecían a los estudiantes: en medios de comunicación, en comunicación municipal y en comunicación universitaria. La experiencia se prolongó hasta marzo de 1976, no más allá. El golpe militar que abrió camino a los terribles años de la dictadura terminó con esa innovación educativa y no hubo graduados en las dos últimas especialidades. La Escuela fue transferida a una universidad privada que no se hizo cargo de propuestas tan extrañas como *comunicación municipal* y *comunicación universitaria*.

Me tocó dirigir ese establecimiento mientras duró el intento de abrir la reflexión y la formación hacia ámbitos de trabajo que por entonces no aparecían como preocupación en otros ámbitos de la educación superior, sea de la Argentina o de distintos países de la región. Desde entonces, más de 20 años, he venido insistiendo, sin mayor éxito, en la necesidad de formar especialistas en comunicación universitaria (me centro de aquí en adelante en ese tema por la naturaleza de este encuentro de radios).

En los 70 la cantidad de escuelas y facultades dedicadas a estos temas era mínima, si se compara con las cifras actuales: más de 350 en la región, sin contar institutos de todo tipo. 350 establecimientos universitarios que, en general, no tienen como centro de su preocupación la comunicación universitaria, constituye una contradicción difícil de comprender.

Este artículo intenta profundizar en esa contradicción a fin de encontrar explicaciones y de hacer propuestas en relación con el papel de la comunicación en la universidad.

El discurso universitario

No hemos analizado de manera suficiente la influencia que sobre el quehacer de las escuelas y facultades de comunicación tiene la institución de la cual ellas dependen. Si bien estamos ante una función explícita de enseñar, investigar y transferir comunicación, la práctica en cada uno de esos frentes se corresponde

con la institución toda y no deriva de una voluntad que vendría a cambiar formas de trabajo por demás arraigadas.

Así, si una universidad se caracteriza por una organización fragmentada en facultades y cátedras y en un sistema de claustros cerrados y verdaderos feudos disciplinarios y de poder, esto repercutirá en todas sus dependencias, aun cuando algunas de ellas se dediquen abiertamente a enseñar comunicación o a comunicar.

Al menos en la experiencia argentina (y puedo dar cuenta también de lo vivido en otros países) el discurso universitario está centrado en exceso en la institución misma y dentro de ella en saberes que poco y nada se relacionan entre sí. Estamos ante un discurso fuertemente autorreferido, en el sentido de volcado sobre sí mismo, y a la vez con autorreferencias fragmentadas en disciplinas y carreras. La departamentalización, como instancia superadora de los claustros cerrados en cátedras y facultades, todavía aparece como una aspiración en buena parte de estos establecimientos.

El problema, entonces, no es sólo de tal o cual carrera de comunicación o de tal o cual radio universitaria. El problema es de la institución toda, con sus formas de comunicarse consigo misma y de comunicar hacia la sociedad.

Los problemas de comunicación no tienen una raíz comunicacional, están ligados a relaciones de poder que en las universidades aparecen con toda su fuerza. El poder en la estructura de cátedra (con una cabeza y un grupo de personas dependiendo de ella), en la mirada disciplinar (en tanto intento de mantener un sólo ángulo de mira), en las modalidades discursivas (la jerga de determinada profesión o disciplina), en la cantidad de estudiantes que acude a una carrera, en el hecho de formar parte de las unidades académicas "históricas", entre tantas otras posibilidades.

Esos juegos de poder son parte de la vida cotidiana de la universidad y bien puede corresponder a ellos una voluntad de cerrar los caminos a la comunicación.

Pero no creemos que todo se explique de esa manera. También vivimos un desconocimiento, una falta de desarrollo de la mirada comunicacional.

La mirada comunicacional

En la actualidad se reconoce que lo comunicacional es el cemento de cualquier institución, tanto en sus relaciones internas como en su interacción con el medio social. Pero no es fácil situarse en ese paradigma si no se ha desarrollado una capacidad para la mirada comunicacional, es decir, la capacidad de reconocer lo comunicacional en la propia práctica, en la de los compañeros de trabajo y en la de la institución toda.

Partimos, para el caso de la universidad, de la mirada comunicacional en las relaciones de enseñanza-aprendizaje, en la investigación, en la extensión, al interior de una cátedra, de una misma disciplina, entre disciplinas, dentro de una carrera, entre carreras, entre facultades y, en fin, en la institución en su conjunto,

tanto por las interacciones que la caracterizan en su comunidad como las que se cumplen con otras instituciones y con la población en general.

¿Qué entendemos por mirada comunicacional? En nuestros establecimientos es común que lo comunicacional aparezca como un hecho tangible, expresado en determinados medios o en materiales. Así, tenemos radios y televisoras universitarias, boletines, periódicos, revistas, oficinas de prensa. La mirada suele alcanzar hasta allí y la práctica no se esmera en llegar a otros ámbitos menos tangibles.

Por ejemplo: lo comunicacional en las relaciones de enseñanza-aprendizaje, es decir, de la comunicación en la educación. Si no podemos reconocerla, si no tenemos una mirada y una sensibilidad afinadas para ella, difícilmente la tomaremos en cuenta para la práctica docente.

Lo mismo sucede con la investigación: a menudo la universidad produce mucho más conocimiento del que divulga y transfiere. Los documentos generados en distintas disciplinas suelen quedarse en un diálogo entre colegas y no llegan a quienes podrían beneficiarse de ellos.

En el plano de la gestión la mirada comunicacional se pierde en todas direcciones. La gestión, por el hecho de serlo, comunica, y hay una gestión de la comunicación a menudo descuidada en nuestros establecimientos. La mirada comunicacional hacia la gestión suele estar anclada en los intentos de quedarse sólo en la publicación de alguna revista o boletín, o en el esfuerzo de figurar en los medios de comunicación, cuando ello es sólo una parte, y no precisamente la más importante, de la gestión.

Entendemos por mirada comunicacional la capacidad de reconocer en las instituciones y en la sociedad en general, lo que significan el intercambio y la negociación de significados, de saberes y de puntos de vista, la interacción y el interaprendizaje, las tácticas de la palabra y el juego del diálogo, la interlocución y la escucha. Todo esto a través de las relaciones presenciales o bien mediadas por recursos verbales, visuales, verbal visuales y lo que posibilitan hoy las tecnologías de la información.

Si no hay reconocimiento de lo comunicacional, difícilmente habrá una práctica en ese sentido. No se practica lo que no se es capaz de apreciar y, en todo caso, el espontaneísmo en este terreno resulta de corto alcance.

Lo comunicacional en la gestión

La mirada comunicacional tiene una importancia central en el caso de la gestión. Partimos de situaciones en las cuales se gestiona sin reconocer la importancia de comunicar hacia adentro de la institución y hacia afuera.

Se ha hablado mucho de los problemas de gestión de las instituciones dedicadas a la educación, sobre todo tomando en cuenta lo que significa una gestión ligada a las decisiones y a las operaciones de lo administrativo. Pero la gestión va más allá de lo administrativo.

Hay universidades donde la gestión del educador, en lo que se refiere a la toma de decisiones en el espacio de la enseñanza y del aprendizaje, se reduce al mínimo. Supongamos que se tiene la posibilidad (todavía común) de presentar un programa y de repetirlo sin cambios durante años. Supongamos que se usa un método más que tradicional: dictar de un viejo cuaderno a alumnos que se ven forzados a tomar apuntes. La gestión de ese acto educativo se mueve en un plano de entropía a menudo asfixiante. Nuestro educador no gestiona nada, no participa en la vida de la institución, no arriesga métodos que lo forzarían a decidir entre un recurso expresivo u otro (un audiovisual, un trabajo grupal, una búsqueda en el contexto...). Por otro lado, al repetir siempre lo mismo, tiende a igualar a quienes están frente a él, como si los jóvenes de cada generación fueran siempre los mismos.

En este sentido, una gestión educativa rica en recursos compromete de manera más intensa al educador y a los estudiantes. Lo que vale también para cualquier institución en general. Hay universidades para las cuales la inminencia del siglo XXI no significa gran cosa, ni en las relaciones de enseñanza-aprendizaje, ni en la manera de producir conocimientos, ni en el trabajo con el contexto.

La gestión siempre comunica:

- por el discurso utilizado
- por los modelos sociales representados
- por la sensación de orden o de desorden
- por la sensación de entusiasmo o de apatía
- por la interlocución o su ausencia
- por la capacidad de escucha o su ausencia
- por contradicciones entre el discurso y la práctica
- por excesivo control
- por excesivo "dejar hacer"
- por el clima de relación creado (inseguridad, desconfianza, panoptismo, seguridad, libertad...)
- por violencia sembrada en las relaciones
- por capacidad de crear convivencia

Y la gestión comunica hacia adentro y hacia afuera de la institución. Si nos atenemos a una estructura muy difundida, comunica la gestión del rector, de sus secretarios, del consejo superior, de sus decanos, y así sucesivamente. Y puede ocurrir que la comunicación constituya una suerte de ausencia, como si todo sucediera en espacios de los cuales se tiene noticia por alguna reglamentación o alguna medida administrativa.

Gestión de la comunicación

Además de la comunicación como producto de la gestión, hay que tomar en consideración lo que significa en una institución universitaria la gestión de la comunicación. Nos referimos a la gestión de:

- información
- redes
- medios
- momentos comunicacionales
- conversaciones
- imagen a lo interno y a lo externo
- puntos de encuentro (entre los integrantes de la institución y de la institución con sus interlocutores)
- relación con otras instituciones
- relación con los medios
- relación con los interlocutores
- relación con la sociedad

Sucede, y volvemos así a la formación de comunicadores universitarios, que no contamos en general con gestores para llenar esos espacios. Cuando existen aparecen limitados a algunos de los puntos: información y medios, pero no ha sido formada una figura profesional para atender todos los requerimientos de la gestión de la comunicación universitaria. En esto sigue en pie el hecho de que no se preocupe la misma institución por formar a comunicadores para cumplir con tales requerimientos.

Unidad de comunicación

Entendemos a una institución universitaria como una gran unidad de comunicación, en la cual cada miembro, cada espacio, cada mensaje, cada relación, forma parte de un mismo sistema de comunicación.

Una unidad de comunicación se conforma sobre la base de los seres que en ella interactúan, seres de distintas áreas de trabajo y de conocimiento, a menudo con intereses diferentes.

Una unidad de comunicación jamás está aislada de su contexto, con lo que una institución tiene siempre un doble frente de trabajo y de vida: lo interno y lo externo. De un lado la integración de sus miembros en un proyecto comunicacional común, de otro todo el esfuerzo de mediación de su producción, como centro de generación de cultura y de ciencia, en el horizonte de la transferencia hacia la sociedad y hacia la propia comunidad universitaria.

En otras palabras: no hay riqueza y eficacia en la comunicación externa si la misma no se cimenta en una rica y eficaz comunicación interna. La comunicación externa incluye la comunicación interinstitucional y con la sociedad en general.

Una institución necesita hacer explícitos lineamientos de comunicación para todos sus integrantes. Se trata de acuerdos mínimos sobre criterios básicos para asumir la responsabilidad por la comunicación y para llevar adelante acciones de comunicación.

El más importante lineamiento es el de la corresponsabilidad comunicacional. Todo miembro de la institución comparte una corresponsabilidad comunicacional, cualquiera sea su cargo o su lugar de trabajo. Esto significa que lo comunicacional no corresponde sólo a quienes se desempeñan en la producción de mensajes o en contacto directo con la sociedad, sino a la totalidad del personal. Desde el punto de vista institucional es preciso reconocer que se emite siempre. Esto significa una imagen dirigida en todo momento y por múltiples canales a los destinatarios. A la vez éstos perciben siempre y lo hacen no sólo desde sus concepciones y su modo de enfrentar la realidad, sino también desde lo que la institución les muestra a través de sus mensajes, sus espacios, sus productos y sus acciones. En este juego de emisiones y percepciones constantes está inmersa toda la organización.

La mediación

Hacia lo externo tomamos como eje central de la función de la universidad la transferencia, que consiste siempre en un esfuerzo de mediación. Entendemos esta última como:

La tarea de aproximar los materiales, los conceptos y las propuestas derivadas de la investigación y de los avances tecnológicos, al contexto, la experiencia, las percepciones, expectativas, maneras de imaginar futuro y buscar soluciones a sus urgencias cotidianas por parte de distintos sectores de la población.

No hay transferencia tecnológica posible sin una adecuada mediación, porque nadie se apropia de lo que le resulta lejano, ya sea en lo relativo a sus experiencias o a su bagaje de saber.

La mediación conlleva la necesidad de tomar como primer punto de referencia al interlocutor y poner al servicio de éste los aportes de la ciencia y de la tecnología.

La mediación es fundamentalmente una cuestión de lenguaje. Mediar es moverse en el espacio de la comunicación, de la relación entre interlocutores.

La apropiación de los recursos de lenguaje para lograr la mediación significa un esfuerzo, ya que es siempre más sencillo atenerse a lo que va surgiendo de la ciencia y de la tecnología y transmitir la palabra técnica, que intentar un acercamiento a la vida y el saber de los destinatarios.

Toda labor de comunicación, entendida como mediación, es una labor de cercanía, de aproximación a los otros. Y para ello cuentan como ejes fundamentales el trabajo sobre los signos verbales y las imágenes para convertirlos en vehículos de información, de propuestas de aprendizaje y de apropiación de experiencias.

La mediación está en la base de la transferencia científico-tecnológica, que caracterizamos así:

La mediación de los productos de la investigación para hacerlos llegar de modo oportuno y continuado a quienes necesitan de ellos para su práctica, sean instituciones o diferentes sectores de la sociedad. La

mediación de los productos significa un esfuerzo comunicacional basado en un reconocimiento de los posibles interlocutores de los materiales de divulgación. Se trata no sólo de comunicar información sino de que la misma sea mediada de manera adecuada al destinatario y ofrezca a la vez orientaciones para la resolución de problemas en las diferentes prácticas.

Síntesis

Hagamos una síntesis: partimos de los problemas comunicacionales de una institución universitaria, para centrarnos en la mirada comunicacional y en la gestión. Además, hemos planteado lo que significa una unidad de comunicación y los alcances de la mediación y de la transferencia.

Como cuando hablamos de comunicación nos referimos a seres humanos, la cuestión fundamental es el papel de cada actor social de la institución en tanto comunicador en y desde cualquier situación en que se encuentre y desempeñe. Esto no se puede lograr de un día para otro ni es posible plantearlo a través de una suerte de decreto. Se requiere de políticas comunicacionales y de decisiones en relación con ellas. Para ello hace falta una voluntad de comunicación que depende directamente de una voluntad de democratización y de convivencia universitaria.

Líneas para la acción

Incluimos a continuación algunas posibles líneas de trabajo para centrar la atención de lo comunicacional en el espacio universitario.

1. Diseñar políticas claras de comunicación compartidas por todos los miembros de la institución, tanto en sentido general como en sus órganos de gobierno para toda la Universidad y por Facultad.

Las políticas no tienen por qué ser muchas. Se trata de grandes lineamientos en los que se comprometerán diversos actores de nuestra institución y, sobre todo, los órganos de gobierno. No se pretende a través de ellas uniformar nada, ni restringir la libertad de nadie. La intención es preguntarnos quiénes somos desde el punto de vista comunicacional, qué queremos ser y qué beneficios pretendemos ofrecer a la sociedad a través de la comunicación.

2. Conocer lo que desde el interior de la institución se puede comunicar de valioso a la población en general y a las diversas instituciones sociales.
3. Conocer el contexto social a fin de identificar las necesidades y demandas de la población en general y de las diversas instituciones sociales, para comunicar en función de aquéllas.

4. Contar con información para comunicar (y en el caso de la labor universitaria para *transferir*) a la población en general y a las diversas instituciones sociales.
5. Conocer el contexto comunicacional de la sociedad en la cual se pretende convertirse en instancia de comunicación, a fin de manejarse dentro de las reglas generales de lo que se ha dado en llamar una *ecología de mensajes*, en el sentido de una suerte de nicho en el cual hay especies fuertes y débiles que compiten entre sí.
6. Contar con medios propios de comunicación, y/o asociarse con algunos ya existentes, que lleguen de manera permanente, sostenida, a la población en general y a las diversas instituciones sociales.
7. Contar con el personal necesario para alimentar de manera adecuada los canales propios y los que se puedan utilizar de los ya existentes. Dicho personal se irá especializando en la comunicación universitaria que no es cualquier comunicación, ya que tiene siempre un fuerte componente de intención educativa, con el consiguiente esfuerzo de transferencia al medio.
8. Invertir en comunicación para sostener canales, mediar los conocimientos producidos por la Universidad y transferir la información a diferentes sectores de la población y a instituciones sociales.

Papel de las radios universitarias

Dentro de esas posibilidades de la comunicación universitaria, ¿qué papel pueden cumplir las emisoras de casas de educación superior? Sin duda todos tenemos aspiraciones, pero es preciso tomar en cuenta los problemas actuales. Veamos algunos, a través del diagnóstico surgido en la reunión de San José:

Las emisoras representadas se preocupan por el perfil de su audiencia, pero son muy pocas las que han realizado estudios al respecto.

Se detecta una falta de compromiso laboral serio en algunas universidades hacia sus emisoras. No existe un modelo básico de organización de personal y, por tanto, los perfiles y la composición difieren considerablemente.

La mayoría de las estaciones recibe recursos de la universidad a la que pertenece, sin embargo existe una tendencia a lograr el autofinanciamiento parcial, dado el raquitismo de casi todos los presupuestos oficiales.

En el plano general se percibe la ausencia de un concepto uniforme del perfil de una radio universitaria. Tampoco es homogéneo el papel que las emisoras juegan dentro de la estructura universitaria. Se detectan

también distintos niveles de inserción de las emisoras en las universidades.

Son raras las emisoras que tienen un proyecto formalizado y en general hay una línea consensuada que suple la carencia de proyecto universitario en lo que a radio se refiere.

Las universidades no siempre reconocen cabalmente el papel ni el valor de sus propias radios. El cambio de autoridades muchas veces se refleja en cambios sustanciales de las líneas de programación.

La falta de recursos presupuestarios suficientes se refleja en todos los aspectos de la emisora: falta de recursos para producción, falta de actualización en el personal, obsolescencia y falta de mantenimiento de la infraestructura, etc.

Existen dificultades y falta de criterios evaluatorios para la comercialización y para definir sus posibles pautas.

Los puntos presentados muestran que, dentro de su especificidad, las emisoras comparten problemas comunicacionales de muchas instituciones universitarias, especialmente en lo relativo a políticas de comunicación, relación con la comunidad interna y con la sociedad en general.

Pero también es preciso reconocer fortalezas, como se lo hizo en San José:

La pertenencia a una universidad por las condiciones implícitas de pluralidad; la oferta cultural de los ambientes en que están insertas las emisoras; la existencia de un público cautivo en algunos casos; la credibilidad de que gozan las radios universitarias; la libertad de experimentación en cuanto a formas y contenidos.

Un camino para superar dificultad y potenciar fortalezas es el de la red. En este sentido, lo que se ha venido avanzando en el contexto latinoamericano permite prever un crecimiento del mutuo apoyo y del interaprendizaje entre las emisoras.

Retomemos propuestas surgidas del encuentro realizado en San José de Costa Rica en 1996, destinado a poner los primeros cimientos de la Red Latinoamericana de Radios Universitarias:

"Las radios universitarias de la región, en la medida en que dependan de organismos de educación superior, están llamadas a cumplir un rol fundamental en el acompañamiento por parte de instancias educativas de los procesos sociales que se vienen viviendo en esta última parte del siglo.

En efecto, la Universidad Latinoamericana ha sido interpelada como nunca, desde adentro y desde afuera, para que se actualice y aporte a las demandas y necesidades de los diferentes sectores de la población. En todo esto juega, tanto para las relaciones internas como para la transferencia y la apropiación de lo que la sociedad va gestando en su seno, un papel central la comunicación institucional y masiva, desde las emisoras de radio.

Las radios universitarias cumplen la doble función de vincular a los miembros de las comunidades universitarias entre sí y con la población, con lo que se mueven en el espacio de lo institucional y de lo masivo. En esta función pasa a primer plano el sentido educativo y cultural de las emisoras, las cuales constituyen en la actualidad un importante espacio alternativo para la comunicación educativa y cultural.

Por el aporte que vienen realizando, y el que podrán ofrecer en el futuro, las radios universitarias son vehículo de la democratización de la palabra y defensoras de la libertad de opinión y del derecho a la comunicación. Las radios cumplen un rol fundamental en la difusión del conocimiento y de la cultura y en la misión de educación de las universidades.

En este sentido, los miembros de la Red Latinoamericana de Radios Universitarias, consideran que se pueden apoyar desde sus medios los procesos de integración de la región, tanto entre universidades como entre los países a las cuales pertenecen.

La Red suscribe puntos fundamentales de la Conferencia Regional de la UNESCO sobre políticas y estrategias para la transformación de la educación superior en América Latina y el Caribe, realizada en la Habana, Cuba, en noviembre de 1996.

La educación en general, y la superior en particular, son instrumentos esenciales para enfrentar exitosamente los desafíos del mundo moderno, y para transformar ciudadanos capaces de construir una sociedad más justa y abierta, basada en la solidaridad, el respeto de los derechos humanos y el uso compartido del conocimiento y la información. La educación superior constituye, al mismo tiempo, un elemento insustituible para el desarrollo social, la producción, el crecimiento económico, el fortalecimiento de la identidad cultural, el mantenimiento de la cohesión social, la lucha contra la pobreza y la promoción de la cultura de paz.

El apoyo público a la educación superior sigue siendo indispensable. Los desafíos que enfrenta la educación superior constituyen retos para toda la sociedad, incluyendo a los gobiernos, el sector productivo, el mundo del trabajo, la sociedad civil organizada, las asociaciones académicas, lo mismo que a las organizaciones regionales e internacionales responsables de programas de formación, investigación, desarrollo o financiamiento.

Por lo antedicho, todos los actores sociales deben sumar sus esfuerzos y movilizarse para impulsar el proceso de profundas transformaciones de la educación superior, apoyándose en el establecimiento de un nuevo consenso social, que coloque a las instituciones de educación superior en una mejor posición para responder a las necesidades presentes y futuras del desarrollo humano sostenible (...)

La Red Latinoamericana de Radios Universitarias se caracteriza como un espacio de encuentro entre emisoras de las casas de altos estudios de la región que se integran de manera voluntaria con el compromiso de aportar y difundir información correspondiente a las funciones fundamentales de esas

instituciones, y de concretar en sus áreas de influencia las iniciativas de la Red."

Conclusiones

En una institución universitaria con fuertes problemas de comunicación interna y con su contexto social, difícilmente podrá quedar al margen alguna de sus dependencias. En este sentido una emisora refleja, en general, lo que sucede en la casa de estudios de la cual depende.

Pero esto no es de ninguna manera mecánico. Podemos reconocer varias alternativas:

- ⇒ Una universidad con dificultades de comunicación y su emisora en la misma situación.
- ⇒ Una universidad con dificultades de comunicación y su emisora con una forma de trabajo distinta, abierta a relaciones internas y externas.
- ⇒ Una universidad con intentos de transformación comunicacional y una emisora que se queda en el camino, por falta de iniciativas.
- ⇒ Una universidad con intentos de transformación comunicacional y una emisora inserta en ellos, con el impulso de las autoridades y del propio personal.

El ideal es este último, pero podríamos dar ejemplos de cada una de las alternativas en nuestros países.

Las emisoras tienen, dentro de lo que significa una universidad considerada como una unidad de comunicación, un papel importante que cumplir en las relaciones de enseñanza-aprendizaje, en la transferencia de la producción intelectual y en la oferta de propuestas culturales, científicas y tecnológicas a la propia comunidad de estudios y a la sociedad en general.

En este sentido no escapan a los ocho puntos planteados anteriormente:

- políticas de comunicación
- conocimiento de la producción intelectual
- conocimiento del contexto social
- disponibilidad de información
- conocimiento del contexto comunicacional
- disponibilidad de recursos propios
- disponibilidad de personal
- disponibilidad de recursos económicos

A ello se suma la exigencia de calidad en la producción y en la programación, porque no es posible mantenerse en el espacio mediático con una pobreza comunicacional. Y se suma, de manera muy especial, la necesidad de la mirada comunicacional desde las emisoras, porque la misma no suele estar desarrollada en todos los casos. Mirada hacia la propia universidad y hacia el contexto social.

El trabajo de una radio universitaria se enmarca siempre en la institución de la cual depende. Por eso desarrollamos este material desde la comunicación en una institución educativa en general para luego acercarnos al caso de las emisoras. Nos movemos en un espacio de gran dinamismo y los tiempos contemporáneos impulsan una profunda transformación en las maneras de comunicarse. Cualquiera sea nuestra ubicación en esa unidad de comunicación, nos queda la tarea del aprendizaje constante y del intercambio de experiencia. Es en este sentido que las redes se abren como una alternativa para profundizar en lo comunicacional desde la propia realidad y desde los aportes que pueden hacernos seres comprometidos en iniciativas e ideales similares.

Daniel Prieto Castillo
Mendoza, 1998

Bibliografía

Pérez Lindo, Augusto, "Ayer y hoy de la universidad", en *La educación superior*, texto correspondiente al Módulo tres de la Especialización en Docencia Universitaria, Ed. EDIUNC, Mendoza, 1996. pp. 57-58.

Follari, Roberto, "Educación superior en la Argentina", en *La educación superior*, texto correspondiente al Módulo tres de la Especialización en Docencia Universitaria, Ed. EDIUNC, Mendoza, 1996. p. 108.

Prieto Castillo, Daniel, "En torno a las instituciones", en *La educación superior*, texto correspondiente al Módulo tres de la Especialización en Docencia Universitaria, Ed. EDIUNC, Mendoza, 1996. pp. 214-215.

Centro Regional de la UNESCO para la Educación Superior en América Latina y el Caribe, CRESALC. *Conferencia regional sobre políticas y estrategias para la transformación de la educación superior de América Latina y el Caribe*, Ed. CRESALC, Caracas, diciembre de 1996. pp. 125-126.

Castells, Manuel, *La sociedad red* (volumen I) *La era de la información, economía, sociedad y cultura*, Ed. Alianza, Madrid, 1997. p. 506.

Ramonet, Ignacio, "El pensamiento único", conferencia pronunciada en el Encuentro Internacional de la Radio, Santiago de Chile, 6 de octubre de 1997. (Mimeo).

Dabas, Elina; Najmanovich, Denise, compiladoras, *Redes. El lenguaje de los vínculos. Hacia el fortalecimiento de la sociedad civil*. Ed. Paidós, Buenos Aires, 1995.

UNC, *Evaluación institucional: autoevaluación y evaluación externa*, dos vol. Ed. EDIUNC y Ministerio de Cultura y Educación de la Nación, Mendoza, 1996.

Virilio, Paul, *El ciber mundo, la política de lo peor*, Ed. Cátedra, Madrid, 1997. pp. 19-20.

Forrester, Viviane, "Una nueva forma de civilización", entrevista publicada en el diario Clarín, 4 de mayo de 1997.

Miklos, Tomás; Tello, Elena, *Planeación prospectiva, una estrategia para el diseño del futuro*, Ed. Limusa, México, 1991. pp. 144-156.