

22
2 Jun



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES



La radio como instrumento de educación alternativa.

Tesis que para obtener el título de:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Presenta:

Norma Angélica Rosas López

México, 1985



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

I N D I C E

	PAG.
CAPITULO I	
HISTORIA Y SITUACION ACTUAL DE LA RADIODIFUSION EN MEXICO.....	1
CAPITULO II	
ANTECEDENTES DE LA RADIODIFUSION CULTURAL Y EDUCATIVA EN MEXICO.....	42
CAPITULO III	
¿POR QUE LA NECESIDAD DE LA RADIO COMO INSTRUMENTO DE EDUCACION EN NUESTRO PAIS.....	96
CAPITULO IV	
PANORAMA DE LA EDUCACION ALTERNATIVA.....	136
CAPITULO V	
ALGUNAS EXPERIENCIAS DE RADIO COMO VEHICULO ALTERNATIVO EN PAISES EN VIAS DE DESARROLLO Y DESARROLLADOS.....	179
CAPITULO VI	
EL MENSAJE RADIOFONICO EDUCATIVO: SUS ELEMENTOS:.....	209
CONCLUSIONES.....	236
BIBLIOGRAFIA.....	245

I N T R O D U C C I O N

El objetivo de este trabajo, es aportar elementos para una interpretación más amplia de la relación que guardan tres conceptos un tanto olvidados por las ciencias sociales, y en particular por las ciencias de la comunicación. Se tratará de integrar el fenómeno de la comunicación alternativa con los problemas educativos y el medio radiofónico.

En consecuencia, se tratará de esclarecer la función y desarrollo histórico de estos fenómenos superestructurales, - lo que permitirá integrarlos al desarrollo del sistema capitalista y a las necesidades históricas de las clases trabajadoras.

De esta forma, en el Capítulo Primero, se presentará un análisis histórico sobre el surgimiento y consolidación de la radiodifusión comercial y las diversas posiciones políticas del Estado Mexicano en relación al control, administración y participación en el sector. Al mismo tiempo se revisarán las estrategias de las organizaciones que han formado los radiodifusores para impulsar su modelo de operación comercial y las relaciones que han establecido con los representantes de los diferentes gobiernos para mantener dicho modelo, para lo cual, también se revisarán las disposiciones legales, relativas a la operación de los me-

dios de difusión.

Exponer los antecedentes históricos de la radiodifusión con algún fin educativo o cultural en nuestro país, será el objetivo del segundo capítulo, en el cual se analizarán también las políticas estatales que se han llevado a cabo en la materia y el fin que persegulan las radiodifusoras oficiales. Por otra parte, se hará una breve mención de las condiciones de operación de las radiodifusoras universitarias y del papel que han jugado dentro del contexto radiofónico nacional.

El Capítulo Tercero, intentará responder a la interrogante de por qué la necesidad de la radio como instrumento de educación en nuestro país; para lo cual se hará un análisis -- del papel económico que se les han asignado a los medios de difusión en la sociedad capitalista. Asimismo, se presentará un panorama general de la función que cumplen los medios de difusión de masas en relación al resto de los aparatos ideológicos de Estado; y finalmente se plantearán algunas de las necesidades a cuya solución pueden contribuir los medios de información en el plano de la educación, la cultura y la participación social.

El Capítulo Cuarto, estará dedicado a las prácticas educativas realizadas en varios países latinoamericanos, como parte de los programas denominados de "educación alternativa". En este sentido, se analizarán sus programas de acción, los

sectores a los que han sido dirigidos y los resultados obtenidos a través de estos, en los sectores urbano y rural. En este apartado, se propondrán algunas de las necesidades a las cuales deberá atender el sector educativo.

La exposición de las experiencias alternativas en materia de radiodifusión serán expuestas en el capítulo quinto; y a través de éstas y de algunos modelos analizados, se podrán observar varias de las potencialidades del medio radiofónico en relación a los procesos de participación, expresión y liberación. Al mismo tiempo, se presentarán varias interpretaciones del concepto "alternativo" en materia de comunicación, a partir de los cuales se pueda comprender y relacionar este término, dentro del sistema actual de operación de los medios de difusión, con la educación y el cambio social.

Finalmente, en el Capítulo Sexto se propondrán algunas medidas en torno a la democratización de los aparatos de masas en nuestro país, para lo cual se recurrirá al marco legal y al papel que el Estado Mexicano y la sociedad en su conjunto tendrán que realizar, para convertir estos instrumentos en colaboradores del desarrollo y la educación. Para el estudio del mensaje radiofónico educativo, en este último capítulo se integró al receptor con el emisor, con el fin de apreciar las relaciones que deberán conducir a una verdadera comunicación alternativa, a través de la investiga-

ción y la planeación. Por otra parte, se integraron los conceptos medio y mensaje, con el objeto de particularizar en el medio radiofónico y en las características, que a partir del análisis y la planeación que de las necesidades de la población se realicen, tendrán que tomarse en cuenta para la planeación y producción del mensaje radiofónico.

Me parece oportuno señalar, antes de concluir esta introducción, que las obligaciones de mi ocupación regular, alargaron el plazo de terminación de esta investigación por más -- tiempo del que yo habría deseado en un principio, y cuando finalmente se encontraba concluido, han sido publicados o se encuentran próximos a serlo, algunos trabajos que me hubiera gustado incorporar en ella, como el Plan Nacional de Desarrollo Educativo. Sin embargo, aunque algunos complementarían lo presentado aquí, no modificarían radicalmente la naturaleza de este estudio, o de algunos de sus capítulos.

Cabe aún hacer otra advertencia. Los temas considerados en este trabajo sólo son el principio de una larga y profunda investigación, que necesariamente corresponde a nosotros los trabajadores de la comunicación, cuya tarea ha de conducirnos a la estrecha relación con otras disciplinas sociales, en la búsqueda y explicación de los fenómenos comunicativos de una realidad que nunca se agota.

CAPITULO I

HISTORIA Y SITUACION ACTUAL DE LA RADIODIFUSION EN MEXICO

Conocer la forma actual de la radiodifusión que impera en nuestro país, implicará necesariamente hacer un poco de historia sobre -- los orígenes y desarrollo de este medio de difusión, sin embargo, no será el objetivo fundamental de este capítulo elaborar un amplio análisis histórico de todas las etapas por las cuales atravesó hasta su consolidación como instrumento comercial y de interés de clase.

Si bien es cierto que vivimos un acelerado desarrollo de la tecnología en materia de difusión masiva, también es cierto que existe un grado insignificante de comunicación social (1), pobreza que se manifiesta en casi todo nuestro territorio.

Es por ello urgente encontrar un sistema de información y comunicación social, que aprovechando en parte la infraestructura técnica existente, ayude a lograr la integración nacional y la identidad e interacción comunicacional, que cooperarán de manera significativa a lograr mejores estadios de desarrollo.

El modelo económico mexicano ha hecho de la radio, y los demás medios masivos, un aliado de la burguesía criolla para el establecimiento de una sociedad de consumo. Por su área de influencia, -- continúa siendo objeto de atención para el capitalismo y sus representantes.

Un análisis de los contenidos programáticos de la radiodifusión -- conducen a afirmar que este medio es más una empresa capitalista que un medio de comunicación social y que los mensajes difundidos ocasionalmente colaboran de manera positiva al desarrollo socio-cultural de la población mexicana.

Resultará importante conocer en base a qué criterios o condiciones se otorgan las concesiones y si su instalación corresponde a

las necesidades comunicacionales de sus pobladores, o si por el -- contrario, son los intereses comerciales los que determinan las po lit icas de concesión e instalación. Un análisis de esta naturaleza, nos mostrará el porqué la radiodifusión en México, está compro metida más con los grandes consorcios industriales del país y del extranjero, que con las necesidades nacionales y tiende preferente mente al consumismo y a la evasión que al proceso comunicacional y educativo de la población.

Junto a un proyecto educativo y cultural que recobre las tradiciones nacionales y proporcione al país mejores niveles de capacitación científica y técnica no deben estar ajenos los medios de di fu sión masiva; Estos ocupan un lugar de primer orden en la sociedad capitalista. Para la clase en el poder, representan la forma de -- preservar su poder de penetración en la actual estructura económica y política en la cual se favorece a los grandes capitales, los cuales utilizan esta forma de operación de los medios con fines -- fundamentalmente comerciales, dejando a las mayorías fuera del acceso a estos medios.

Por otra parte, es también importante conocer las formas de di fu sión estatal, su administración, operación técnica e instalación, -- mediante qué mensajes difunde sus proyectos políticos y cómo los -- justifica frente a la sociedad y primordialmente, en qué medida -- los ha empleados para el desarrollo cultural y educativo del pueblo.

El carácter comercial que prevalece en la radiodifusión de nuestro país no es, como se ha querido interpretar, un error político del Estado, {2} su origen se localiza en el proyecto económico-político emanado de la Revolución de 1910, el cual promovió en el país la formación de una clase capitalista criolla. Es por ello que la radiodifusión bajo el régimen legal que heredó de los postulados -- de la Revolución pudo nacer privada.

Sin embargo, a pesar del consentimiento estatal para el crecimiento de la radiodifusión privada, el Estado no pretendió dejar este

medio íntegramente en manos de los particulares, trató en alguna medida de evitar el monopolio. En los inicios de la radiodifusión mexicana, el Estado se marcó diversos objetivos con este instrumento, entre los que se encontraban: el difundir servicios informativos, transmitir propaganda oficial, dejando que los particulares promovieran el desarrollo de la radio comercialmente. (3)

La prueba de que el Estado Mexicano sí valoró la importancia de la radio, fueron las estaciones que puso en marcha en la etapa experimental de la radio. (4) Sin embargo, el crecimiento de las estaciones comerciales fue más rápido, pues contó con el respaldo financiero del capital extranjero, principalmente norteamericano, lo cual aceleró su expansión.

En múltiples ocasiones se ha acusado al Estado de no contar con un proyecto de información y comunicación orientado democráticamente a la educación y la cultura populares, si bien esta afirmación es cierta, esto no significa que no posea una política definida respecto al papel de la radiodifusión y en general de los medios masivos. La posición política del Estado frente a la radiodifusión está íntimamente relacionada con la correlación de fuerzas que existe entre las clases sociales y con el poder que estas logran para hacerse representar con mayor o menor intensidad en los proyectos del Estado.

Es así, que la ausencia de un proyecto democrático en materia de radiodifusión, se debe al predominio de los intereses de la radiodifusión al servicio del capitalismo y a la falta de conciencia social de las fuerzas populares, que debilitadas no han sido capaces de presentar un proyecto alternativo.

A pesar de las causas anteriormente mencionadas, existen a lo largo de la historia política del país, variaciones en la actitud del Estado en materia de radio y televisión, pero siempre como producto del reacomodo de fuerzas entre las clases sociales y entre los grupos que detentan el poder.

El Estado, bajo el carácter de representante de todas las clases sociales, de una u otra manera, ha tenido que instrumentar mecanismos de control y participación, por vía legal principalmente, para seguir representando nominalmente a todas las clases que integran la sociedad mexicana. [5]

A través de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión, el Estado ha mantenido una relación estrecha con los industriales de este sector para tratar de conservar inalterables sus intereses; sin embargo, precisamente por esa correlación de fuerzas existente entre las clases sociales y entre los grupos que detentan el poder, se crean contradicciones que varían de acuerdo al proyecto económico y político del gobierno en turno; pero en general, las discrepancias entre Estado y concesionarios no son irreconciliables y el proyecto de radio-difusión de éste último no representa peligro para el primero, así como tampoco constituye una alternativa de competencia con respecto al carácter comercial de la radiodifusión.

Los mensajes de los medios a cargo del Estado, procuran una conciliación entre las diversas clases sociales, tratan a través de sus emisiones, mitigar las contradicciones que existan entre ellas y aparece así, el Estado como el mediador y representante de los intereses de todos.

Así, el crecimiento del número de estaciones de radio y televisión por parte del Estado, del cual hemos sido testigos en los últimos diez años, representa la necesidad de éste por legitimarse frente a una sociedad que cada día cree menos en sus proyectos políticos; por ello la importancia de analizar las coyunturas históricas y el funcionamiento de los medios masivos, cuáles son los grupos dominantes en este sector y cómo éstas fracciones de clase han influenciado en el aparato estatal para imponer su proyecto de radiodifusión comercial.

Las políticas en materia de difusión colectiva adoptadas por el Estado, como se verá más adelante, no son decisiones de los gobernantes, éstas pertenecen a los grupos que detentan el poder, o a los avances

que han logrado las fuerzas populares para presionar las medidas adoptadas por el Estado y orientar su política hacia otro rumbo -- más acorde a sus necesidades.

El que la radiodifusión desde sus orígenes haya sido explotada comercialmente no implica un alejamiento del Estado con respecto a los mensajes que se difunden por ella, es por ello que desde sus inicios ha instrumentado diversos mecanismos para participar en ella y ejercer control, ya sea desde el punto de vista técnico o legal para tratar de conservar su dominio sobre la sociedad civil, obviamente este desarrollo político de la radiodifusión no se da de manera lineal, es contradictorio pues, se haya enmarcado en la lucha de clases.

A los medios de difusión colectiva se les asignó después de la primera guerra mundial, el papel de ayudar al proceso de reproducción ampliada del capital, por ello desde la segunda década de este siglo se convierten en instrumentos de suma importancia para promover la expansión de la producción y comercialización de las mercancías, vta publicidad y acelerar su realización en el mercado. {6}

Por otra parte, estos medios pueden por sí mismos ser fuentes de acumulación de capital y constituirse en empresas rentables, al lograr procesos de producción cuyo resultado es en sentido estricto una mercancía, ya sea a través de la producción de programas grabados o la prestación de servicios publicitarios. {7}

En la radio mexicana sólo es posible hablar de grandes ganancias a partir del establecimiento de la XEW en 1930, que es cuando las radiodifusoras comerciales se encuentran en su etapa de formación y en esos años, aún no existía una reglamentación sobre la transmisión de anuncios comerciales. Se podría hablar de un inicio incierto en la primera década de la actividad radiofónica, pues, para 1929 sólo funcionaban 19 estaciones en el país y operaban casi por romanticismo y como sinónimo de estatus de sus dueños a excepción de algunos que ya vislumbraban el amplio horizonte político y comercial al que llegaría.

La XEW es la primera estación que contará con los recursos económicos, la organización adecuada para convertir a la radio en un negocio altamente lucrativo y las relaciones con las compañías norteamericanas productoras de aparatos electrónicos promoverán la rápida expansión de esta industria.

Copiando la forma de organización de las estaciones radiodifusoras que ya funcionaban en Estados Unidos, Emilio Azcárraga Vidaurreta, logró con la XEW implantar una forma de operación que pronto le permitió sobresalir sobre las demás empresas radiofónicas que funcionaban en esa época.

Sin embargo, los primeros años de la década de los veinte con el rechazo del gobierno obregonista a otorgar concesiones a extranjeros para que participaran en esta actividad, impidieron que a ella se dirigieran grandes capitales, posteriormente en el Gobierno de Calles y durante los regímenes posteriores, la radiodifusión comenzó a desarrollarse plenamente como producto de la alianza entre capital nacional y norteamericano en forma velada.

Durante el gobierno del general Obregón se promovió la participación de los particulares en la radiodifusión, invitando a todos los ciudadanos interesados en el medio, a instalar estaciones de radio y con los primeros radiodifusores privados el presidente mantendría una estrecha relación para negociar los lineamientos políticos y legales de la nueva industria.

La clase capitalista mexicana, ya veía desde el plano económico la importancia que habría de tener para sus intereses la expansión de la radiodifusión. (8)

El objetivo del gobierno obregonista en términos generales era fortalecer el capitalismo criollo y para ello era necesaria una política en la que la participación del Estado fuera amplia para impedir de alguna forma la penetración imperialista hacia otras áreas económicas o bien restringir su dominio para evitar lo que ocurrió con las comunicaciones eléctricas que en nuestro país estaban prácticamente en manos del capital extranjero y que el gobierno recuperó --

con tremendos esfuerzos como en el caso del servicio telegráfico.

En 1922, el presidente Obregón recibió varias solicitudes para la instalación de cadenas radiodifusoras, unas eran de empresarios ex trajeros y otras de nacionales. La primera fue enviada por la -- compañía Radiotelefónica Nacional dirigida al ejecutivo el 21 de agosto de 1922, en la cual se presentó un proyecto que ofrecía al gobierno prerrogativas limitadas a cambio de que este otorgara a la compañía citada la facilidad para explotar la radiodifusión en --- nuestro país de manera monopólica, por lo que el gobierno mexicano no dio respuesta a esta solicitud en espera de nuevos proyectos -- que presentaran mejores ventajas de explotación.

Otro proyecto fue entregado en ese mismo año, por el señor Luis G. Coindreau, el cual no se diferenciaba demasiado del primero, pero ofrecía al gobierno que las horas que el concesionario no ocupara la estación, podrían ser utilizadas por la Dirección General de Te lé g r a f o s para el servicio radiotelegráfico del público y el g o b i e r n o, sin costo alguno.

Sin embargo, los dos proyectos presentaban el inconveniente de pre t e n d e r el monopolio de la producción de aparatos receptores y del servicio de transmisión, además de la posibilidad de participación del capital extranjero.

Aunque hubo una tercera proposición por parte de una general nor-- teamericana, que tampoco fue aceptada, finalmente el gobierno obre-- gonista decidió optar por un sistema mixto, es decir, instalar es-- taciones que dependieran del Estado y otorgar facilidades para que los particulares instalaran estaciones también.

Para 1923, el gobierno crea el Departamento de Radio, dependiente-- de la Dirección General de Telégrafos de la SCOP (Secretaría de Co-- municaciones y Obras Públicas), para dar impulso al sistema mixto de radiodifusión que en ese momento correspondía con la política -- del Estado de hacer frente a los intereses imperialistas en este -- terreno. Así, los capitalistas nacionales en ascenso obligaron al Estado a asegurar las comunicaciones eléctricas para la explota---

ción por parte de éstos e impedir el monopolio de este sistema de comunicación por parte del imperialismo, aunque esta medida adoptada por el Estado no detuvo la ingerencia del capital imperialista en la industria de la radiodifusión.

En ese mismo año, se otorgan los primeros permisos para instalar radiodifusoras comerciales, los cuales se extendían por un año, -- eran sujetos a renovación y de acuerdo a su potencia debían pagar un impuesto anual. (9)

Para estas fechas, los radiodifusores nacionales empezaban a organizarse para construir una agrupación por medio de la cual promoverían sus intereses y forman en julio de 1922 la Liga de Radiodifusores, la cual agrupaba a varios radioaficionados cuyo interés era puramente experimental y en la cual se encontraban también quienes veían en la radiodifusión una empresa rentable. Esta organización al no conciliar los intereses de los dos grupos, se desintegra y -- estos últimos fundan una nueva asociación de radiodifusores en marzo de 1923 con el nombre de Liga Central Mexicana de Radio, la -- cual agrupó al Club Central Mexicano de Radio, el Centro de Ingenieros y la Liga Nacional de Radio. Esta nueva organización se -- convertirla en el instrumento mediante el cual los radiodifusores harían valer sus intereses e impulsarían la radiodifusión comercial.

La primera labor de la Liga Central, fue enviar en ese mismo año -- un mensaje al presidente pidiéndole facilidades para impulsar la radiotelefonía en el país y en ese mismo 1923 presentó un proyecto de reglamentación para el funcionamiento de estaciones de radio en el que se proponía que el Estado controlara el otorgamiento de permisos, llevara el registro de estaciones, asignara las siglas de identificación, examinara y aprobara al personal que laboraría en éstas a través de la SCOP. Al mismo tiempo, dicho proyecto proponía que el Estado fuera el encargado de revocar permisos, retirar licencias y ordenar la clausura o desmontaje de las estaciones en caso de guerra o emergencia; se clasificaban las estaciones en -- cuatro categorías: las estaciones de gobierno se encargaban de -- servicios oficiales, las estaciones comerciales transmitirían men-

sajes privados mediante remuneración, las estaciones de servicio público transmitirían programas educativos y de entretenimiento general, incluyendo toda clase de información de interés público y las estaciones de aficionados se encargarían del estudio, experimentación e investigación de la radio.

El mismo proyecto proponía un horario de transmisiones en el que las estaciones comerciales podrían transmitir todos los días y a cualquier hora, mientras que las estaciones del gobierno quedarían limitadas al no transmitir de 19:00 a las 22:00 horas, exceptuando los casos extraordinarios.

Resulta fácil observar las tendencias del proyecto propuesto por la Liga Central al proponer un horario preferencial para las estaciones comerciales sin dar explicación alguna sobre esta propuesta y sobre el conocimiento de que ese era el horario de más audición y menos interferencias.

Otra de las actividades desarrolladas por esta organización fue en 1923, al protestar ante el gobierno por el impuesto que sobre la tenencia de aparatos receptores se había dictado y aunque el impuesto no fue derogado durante el gobierno de Obregón, el mismo presidente se encargó de dar respuesta a los radiodifusores explicándoles el porqué encontraba justificado el impuesto.

Fue durante el período del Presidente Plutarco Elías Calles, cuando la clase capitalista nacional alcanzó su consolidación política y adquirió gran influencia en las decisiones del Estado y en el campo específico de la radiodifusión, el gobierno callista impulsaría la industria radiofónica con disposiciones jurídicas que regulaban su funcionamiento y ofrecían suficientes garantías para que se pudiera invertir en ese sector, además de establecer los límites y características que tendría la participación estatal en la materia; y es precisamente en este período cuando se empiezan a instalar las estaciones radiofónicas más importantes, cuyo funcionamiento permite hablar ya de una industria rentable.

Durante la década de los treinta los ingresos de la radiodifusión

provenían de la venta de tiempo de programación para anuncios comerciales, en el cual, de manera similar a las estaciones norteamericanas, se presentaban grandes orquestas y programas espectaculares que eran producidos por agencias de publicidad, muchas de ellas extranjeras, contratadas por los anunciantes para el manejo de sus campañas. Por su parte, las estaciones producían algunos programas en los cuales insertaban anuncios de pequeñas firmas comerciales que no tenían la suficiente capacidad económica para patrocinar, por sí solas, un programa estelar y al mismo tiempo, las emisoras recibían ingresos por el concepto de alquiler de estudios y equipos para producción de programas.

Con la Ley de Radiocomunicaciones expedida por Calles, se reservaba el manejo de las comunicaciones eléctricas a los nacionales, pues según lo establecía esta ley, se otorgarían a ciudadanos mexicanos solamente. Por otra parte, el Estado establecía los límites a los que deberían sujetarse las emisiones de las estaciones radiodifusoras -- privadas, entre las que destacan: las prohibiciones para transmitir noticias o mensajes cuyo texto fuera contrario "a la seguridad del Estado, a la concordia, a la paz, o al orden público, a las buenas costumbres, a las leyes del país y a la decencia del lenguaje, o que causen escándalo o ataquen en cualquier forma al gobierno constituido o a la vida privada, a la honra o intereses de las personas, o -- que tengan por objeto, manifiestamente la comisión de algún delito o que obstruyeran la acción de la justicia". [10]

De esta manera, el Estado dejaba cerrados los canales de participación en este medio para la expresión política a todas las clases sociales. Sin embargo la radiodifusión crecía gracias a la inversión que en ella se hizo de capitales que habían sido acumulados en otras ramas de la economía. [11]

En este período (1920-1928) se delimitaron las funciones del sector público y privado en la radiodifusión, al primero le correspondería vigilarla en sus aspectos jurídico y administrativo y los particulares, por su parte, podrían obtener concesiones para explotar estaciones de radio con fines comerciales. Así, la difusión de la cultura en las estaciones comerciales quedaba sujeta al "sentido de -

responsabilidad" de los concesionarios.

Durante el gobierno de Pascual Ortiz Rubio y Abelardo Rodríguez, - el Estado trató de reforzar su control político sobre la radiodifusión y estableció disposiciones de carácter legal que prohibían a los particulares hacer política a través de la radio, quedando esta función a cargo del Estado, que para lograrlo estableció la -- obligación por parte de los concesionarios, de transmitir gratuitamente mensajes emitidos por las Secretarías de Estado y es en este período también, cuando se funda la estación del PNR, la cual funcionó como la emisora oficial de la política estatal, aunque no dependía directamente del Estado, sino del partido.

Durante el gobierno provisional de Emilio Portes Gil, nuestro país participó en la Conferencia Internacional de Telecomunicaciones, - en la cual se distribuyeron las siglas básicas que designarían a sus estaciones y las diferenciarían de las de otros países; en esta reunión celebrada en Washington, a México le correspondieron -- las siglas XAA hasta la XPZ. [12]

En 1930 se instaló la estación que marcaría los lineamientos de la radiodifusión comercial en México. Propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta, la XEW poseía una planta de 5,000 watts de potencia, - lo cual le permitía una cobertura casi nacional y su relación con la RCA-Victor le garantizaba asesoría y el oportuno envío de refacciones y equipo. La estación pasó al poco tiempo, a ser filial de la cadena NBC, con lo cual la RCA-Victor lograba por fin penetrar en nuestro país, después de la prohibición que establecía la ley - de 1926, por la que los extranjeros no podían participar en la radiodifusión siendo propietarios de estaciones, pero así estas corporaciones tenían ya el campo abierto para invertir directamente - en el campo de la industria radiofónica.

Para 1934, existían 52 estaciones, las cuales se localizaban en la capital y en los estados más importantes, económicamente hablando, como Jalisco, Veracruz, Puebla y el norte de la República.

Por su parte, el Estado comenzó a participar más activamente en la radiodifusión impidiendo, por un lado, que fuera utilizada por fuerzas que pudieran poner en peligro la permanencia en el poder del -- grupo gobernante y por otro lado, participando en la emisión de mensajes tanto en las estaciones comerciales como en la del partido -- oficial (PNR) la cual había sido inaugurada en 1931 y tenía como objetivo lograr una alianza entre todas las clases sociales en torno al Estado, por medio de la programación, que se dirigía a todos los sectores de la sociedad.

Si bien las disposiciones legales que relativas a la radiodifusión establecían restricciones para la utilización política de ésta, a -- cambio se otorgaron facilidades a los industriales para que invirtieran con mayor seguridad en ella, tal es el caso del régimen de -- concesiones que se instauró en 1931, mediante el cual se substitulan los permisos que tenían duración de un año, por plazos hasta de 50 años y en ese mismo año también se puso en marcha el servicio de -- anuncios comerciales por radio en conexión con la Red Telegráfica -- Nacional y en 1933 a través de la Ley de Impuestos a las Estaciones Radiodifusoras, se estableció un gravamen del 5% sobre ingresos brutos a las estaciones comerciales y además otorgaba a los radiodifusores que tuvieran otras empresas y las anunciaran en sus estaciones, la facultad de substituir el impuesto por una cuota fija determinada por la SHCP la cual tomaba en cuenta la importancia de la empresa y las características de la emisora reduciendo con ello los -- impuestos que debían pagar.

El Estado, por su parte, aunque había instalado emisoras para transmitir sus mensajes no tenía aún proyectos de programación de carácter cultural y educativo para la radio, además de que la administración de sus recursos en esta materia reflejaban la falta de un organismo encargado de coordinar el funcionamiento de las radiodifusoras estatales; así la Secretaría de Industria y Comercio, poseía -- una al igual que la Secretaría de Educación Pública y la de Guerra y Marina tenía dos.

Al tomar posesión como presidente de la República el general Lázaro

Cárdenas, desarrolló una política de masas, la cual tenía como objetivo brindar apoyo a todos los actos del gobierno, es por ello que durante este régimen fueron ampliamente utilizados los medios de difusión masiva, especialmente la radiodifusión, en donde el presidente tenía amplia experiencia, pues durante su estancia como presidente del PNR se había fundado la estación radiofónica de ese partido (1931). Un mes después de dar inicio a su gestión el gobierno Cardenista comenzó de inmediato a utilizar la radio para lograr esa relación gobierno-pueblo, con una transmisión por radio que cubrió casi todo el territorio nacional. (13)

Aunque este gobierno no descuidó los otros medios masivos, procuró una mejor utilización de la radio dotando de aparatos a comunidades que se encontraban alejadas de los centros urbanos y a las escuelas rurales.

Por otra parte, Cárdenas vio necesaria la creación de un organismo que coordinara la información proveniente de las diferentes dependencias del gobierno y difundiera masivamente la doctrina de la revolución, para tal efecto creó el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad, entre cuyas funciones tenía la dirección y administración de las estaciones radiodifusoras pertenecientes al Estado, con excepción de las que dependían de la Secretaría de Guerra y Marina. Al mismo tiempo, correspondía a este organismo la supervisión y reglamentación de la propaganda y publicidad que realizaran las estaciones comerciales y culturales del país.

A través de las funciones asignadas a este Departamento, el gobierno no sólo quería tener un mayor control sobre la información emitida por los medios masivos, incluso sería el encargado de proporcionar la información oficial a la prensa nacional e internacional y de autorizar la exhibición de películas comerciales y la propaganda y publicidad de las estaciones de radio, además de seguir vigente el ordenamiento legal que prohibía desde 1926, hacer política, utilizando la radiodifusión.

El gobierno Cardenista realizó varias transmisiones radiofónicas a través de las estaciones del Departamento Autónomo de Prensa y Publi

cidad, una en amplitud modulada y otra en onda corta que hablan sido inauguradas en 1937 y realizó varias transmisiones en cadena utilizando para ello estaciones comerciales como la XEW y la XEB a través de las cuales se apoyaba la política del régimen.

El número de estaciones oficiales que funcionaron en ese período fue de once y entre ellas destacaron la XEXA, la XEDP y la XEFX, esta última de la Secretaría de Educación Pública.

La radio fue utilizada por el gobierno durante los problemas políticos que enfrentó el General Cárdenas, en el Estado de San Luis Potosí, en donde el presidente pronunció un discurso transmitido por radio a todo el país, haciendo un llamado nacional para denunciar los planes del General Cedillo. En esa época las emisiones oficiales tuvieron un carácter eminentemente populista, y la política en materia de radiodifusión de Cárdenas no intentó propiciar la participación de los sectores populares en este medio, sino que la intención era que estos vieran al Estado como el vocero de sus intereses.

Por su parte, la radio comercial se caracterizaba por la ya abundante publicidad comercial y por la ausencia de mensajes educativos y culturales tan necesarios para el desarrollo de las masas.

Sin embargo, existió un proyecto de ley del entonces secretario de Comunicaciones y Obras Públicas que aunque no se dio a la luz pública contenía una serie de propuestas para transformar el manejo que se hacía de la radiodifusión. En los planteamientos propuestos, --- Francisco J. Mújica hacía una fuerte crítica a la radiodifusión comercial y proponía la intervención del Estado de manera similar como se realizaba en el continente europeo, el proyecto presentado al presidente Cárdenas fue recibido por la Cámara de diputados el 28 de --- septiembre de 1937 y fue turnado a la Comisión de Vías Generales de Comunicación para que dictaminara sobre su contenido. La Comisión tardó dos años en rendir su dictamen y para entonces la coyuntura política que pudo ayudar a llevar a cabo estas transformaciones había cambiado. El titular de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas involucrado en la sucesión presidencial había renunciado a su cargo y el ingeniero Melquiades Angulo Gallardo, quien le había subs

titulado nombró como subsecretario del ramo al señor Modesto C. Rolland quien se encontraba fuertemente vinculado con los intereses de los radiodifusores comerciales, participando como fundador de las primeras organizaciones de estos.

Entre algunas de las reformas hechas al proyecto de Mujica por parte de la Comisión de Vlas Generales de Comunicación, sobresalen las siguientes: la previa aprobación de los programas transmitidos por las estaciones de radio por parte de las autoridades, fue suprimido, argumentando la oportunidad de la que hacían uso los servicios informativos y de divulgación. La obligación de los concesionarios a pagar los honorarios del interventor, fue cambiada por la disposición de ser cubiertos por el Estado para evitar "prácticas viciosas y relaciones de dependencia económica" que restringieron el cumplimiento del deber de los interventores y por último, fue rechazada la propuesta del cobro del impuesto a los aparatos receptores argumentando que afectarla a las clases menos capacitadas económicamente. (14)

Al mismo tiempo, se estableció una nueva disposición, mediante la cual se creaba la Comisión Consultiva de Radio compuesta en su mayoría por representantes de la Secretaría de Comunicaciones a cuyo cargo quedaría el estudio de todos los problemas de la radiodifusión comercial. Dicha Comisión, quedaría integrada por cinco miembros, tres designados por la SCOP y dos por la Cámara Nacional de Transportes y Comunicaciones, en la cual se agrupaban los radiodifusores.

Con la creación de esta comisión, los radiodifusores tenían garantizada su participación en las decisiones que sobre la materia determinara el Estado y con ello la oportunidad de negociar ampliamente con la burocracia gobernante.

Si bien el gobierno de Cárdenas ejerció un estricto control sobre el contenido de los mensajes radiofónicos para que éstos no transmitieran propaganda contraria a su régimen, el contenido de la programación de las emisoras comerciales no fue transformado ni cuestionado; y es en este período, cuando la estación más importante del país crece notablemente. Así, la XEW aumentó dos veces su potencia y adquirió nuevo equipo constituyéndose como la más importante; al mismo --

tiempo, fue inaugurada la XEQ, en 1938, propiedad también de Azcárraga, la cual fue incorporada a la cadena norteamericana CBS.

El 11 de junio de 1937, los radiodifusores acordaron constituir la Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras Comerciales, cuyo objetivo principal sería defender los intereses de sus agremiados. Para 1939, la Asociación ingresó a la Cámara de Transportes y Comunicaciones, donde formó la Sección de Radiodifusión, sin embargo, dicha organización no fue disuelta, pues en la Cámara estaban representados los intereses de varias industrias y los radiodifusores necesitaban un órgano que defendiera sus intereses particulares, y que sirviera al mismo tiempo para relacionar a la radiodifusión comercial con el continente, originando la creación de la AIR Asociación Interamericana de Radiodifusión.

Mediante la primera (AMER), los radiodifusores lograron obtener disposiciones legales que les proporcionaron grandes prerrogativas; un ejemplo de ello, fue la disposición contenida en la Ley de Vías Generales de Comunicación, en la cual las estaciones gozarían de las franquicias para la importación de equipos, refacciones y accesorios libres del pago de impuestos.

A partir de 1940 ya no fue necesario establecer un sistema de radiodifusión estatal, pues la difusión de los mensajes del Estado, de acuerdo a la opinión del gobernante en turno, podrían ser cubiertos por las estaciones comerciales, con las cuales se mantendría una estrecha relación, gracias a la vinculación que lograron los radiodifusores con el grupo gobernante.

Con el gobierno de Avila Camacho, la industria de la radiodifusión pasó a formar parte de una cámara especializada, la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión, la cual nombró en 1942, presidente honorario al general Maximino Avila Camacho, hermano del presidente de la República, quien era secretario de Comunicaciones y Obras Públicas.

Durante los años cuarenta, pertenecer a Radio Programas de México, propiedad de Azcárraga, era casi la única alternativa que tenían los

radiodifusores de provincia para seguir en el aire, pues debido a la segunda Guerra Mundial, la importación de refacciones se habla interrumpido para dar prioridad a otros productos de guerra. Por su relación con la RCA Víctor, el único que podía conseguir dichas refacciones era Azcárraga, quien a través de RPM, brindaba ese servicio a sus afiliados.

La cercanía de Azcárraga con las esferas gubernamentales le han otorgado al grupo radiofónico una posición que ha permitido negociar a este sector con los diferentes grupos gobernantes para obtener mayores beneficios económicos, además de que algunos de estos industriales y personal empleado por éstos, a pasado a ocupar puestos en la administración pública, desde donde han protegido los intereses de los industriales radiofónicos.

Por su parte, el Estado empezó a abandonar la posibilidad de crecimiento de la radiodifusión estatal y optó por brindar mayores facilidades a la comercial para expandirse, propiciando el debilitamiento del sistema estatal de radiodifusión, cuyo desarrollo no guardó el mismo ritmo, impuesto por el régimen de Cárdenas.

La Comisión Consultiva de Radio, que se habla constituido en 1941, desempeñó un papel de primer orden como instrumento de presión para influir en las decisiones que tomaba el Estado en esta materia. Así, la Comisión elaboró en 1942 un nuevo Reglamento de Estaciones Radiodifusoras Comerciales, de Experimentación Científica y de Aficionados, en el cual se proponía entre otras cosas, la libre importación de programas desarrollados en el extranjero y al mismo tiempo, se trataba de evitar que las estaciones retransmitieran algún programa sin autorización de la empresa productora, medidas que estaban íntimamente ligadas a las actividades de RPM, la cual se dedicaba a este tipo de actividades.

Otro de los artículos promovidos por este reglamento, indicaba que los anuncios comerciales podían durar como máximo dos minutos y por cada dos anuncios debía programarse un número musical, esto garantizaba obviamente un alto porcentaje de anuncios en la programación, la cual prácticamente quedaba integrada por la mitad de anuncios pu

blicitarios; y al mismo tiempo, se facultarla a los radiodifusores - para usar comerciales grabados, elemento necesario para las empresas - productoras de programas, pues permitía a los radiodifusores, dueños también de estudios de grabación, reducir costos al pagar a los elementos que intervenían en ellos una sola vez y después repetirlos va rias ocasiones.

Finalmente, las transmisiones se dividieron en dos grupos: por tiempo y por palabra, los primeros se dividían en ordinarios y cortos. - Los ordinarios tendrían una duración mínima de 14 minutos y los cortos de 3 a 13 minutos. Las transmisiones por palabra se medirían -- por grupos de 25 y no excederían de 150 palabras, a estas últimas co rrespondían los comerciales. El reglamento citado, concedía facilidades a los radiodifusores para aumentar sus tarifas o conceder descuentos en estas, según la importancia y potencia de la estación, lo cual beneficiaba a las grandes estaciones, que tenían mejores elemen tos para negociar con los anunciantes.

De esta forma, la SCOP fijaba los mínimos de las tarifas y los máximos eran acordados a través de negociaciones entre dicha Secretaría y los concesionarios de radio.

A pesar del triunfo de los radiodifusores, estos deseaban eliminar - todo límite sobre el establecimiento de las tarifas para que éstas - fueran determinadas por las leyes del mercado. El Estado por su par te, no dudaba en otorgar a los radiodifusores mayores facilidades, - al grado de poner a su disposición las instalaciones de telecomunica ción estatales para que efectuaran transmisiones por todo el país. - Asimismo, benefició a esta industria eximiéndola de la obligación de someterse al ahorro de energía eléctrica, cuando otras industrias -- fueron obligadas a someterse al ahorro por la insuficiente capacidad de generación eléctrica que existía en el país (1947).

Si bien la política estatal protegió a la industria radiofónica, tam bién impuso formas de control de la información que por medio de ésta pudiera transmitirse; tal es el caso del acuerdo de 1942, median te el cual la SCOP determinó que todos los noticieros que se transmi tlan por radio pasaran a una misma hora con el fin de tener un mayor

control sobre ellos. Sin embargo, en los años cuarenta, el Estado se encontraba dependiente en relación a la radio comercial para -- emitir mensajes radiofónicos.

Durante la década de los cuarentas, los radiodifusores siguieron -- implementando su política en el continente a través de la AIR, así celebraron en 1947 el Primer Congreso Interamericano de Radiodifusores, en donde afirmaron sus propósitos de que la radiodifusión -- siguiera siendo una actividad privada y afirmaban que el Estado de -- bla garantizar la libertad de pensamiento e información por radio. Los objetivos de la AIR, hechos públicos en el Segundo Congreso ce -- lebrado en 1948, en Buenos Aires, Argentina, eran uniformar la le -- gislación en todo el Continente en materia de radiodifusión y para tal efecto se dieron a la tarea de fortalecer sus relaciones con -- organismos internacionales como la ONU, la UNESCO y lo que más tar -- de sería la OEA, para convertirse en órgano consultivo de ellas y que sus planteamientos alcanzaran nivel internacional. Dentro de estos objetivos, también se encontraban el que la televisión en -- proceso de crecimiento, fuera incorporada al mismo sistema de con -- cesiones que funcionaba en la radiodifusión comercial.

En el mismo año de 1948, la AIR expresó los mismo objetivos en la IX Conferencia Internacional Americana, celebrada en Bogotá, en la que además consideraba los límites que debía tener la participa -- ción estatal, proclamando que la radiodifusión era esencialmente -- una actividad privada, por lo que la radio oficial con anuncios co -- merciales "no era leal competidor de la radio privada". (15)

Pero el objetivo fundamental de la AIR, era unificar la legisla -- ción sobre la radiodifusión y para ello, elaboró en el Segundo Con -- greso de 1948 doce puntos fundamentales que debían regir esta acti -- vidad en el continente.

Entre los puntos que más destacaban, se encontraban: En primer lu -- gar, la radiodifusión debía ser considerada una actividad de inte -- rés público y no podía ser monopolizada por el Estado; se exigían las mismas garantías de libertad de expresión que reglan para la -- prensa; limitaban el control del Estado a la administración técni --

ca y al control del abuso de la libertad de expresión y en este -- sentido, sería el poder judicial el que impondría las sanciones co rrespondientes, al igual que en las violaciones de carácter admi-- nistrativo y técnico; el Estado sólo podría hacer uso de las fre-- cuencias concesionadas para transmitir boletines meteorológicos, - mantener o restablecer el orden o seguridad públicas y cuando en - situaciones excepcionales, las autoridades quisieran dirigirse a - la nación para cuestiones de interés general; al mismo tiempo, los concesionarios pedían que las concesiones se otorgaran por tiempo indeterminado y se establecía que estos no serían responsables de los abusos que de la libertad de expresión se cometieran a través de sus estaciones si el personal no pertenecía a la estación; en - materia fiscal, debía otorgarse a la radiodifusión los mismos bene ficios que a las instituciones culturales o de utilidad pública, - no habría impuesto alguno sobre tenencia de aparatos receptores y todo el equipo técnico de importación que necesitara la industria tampoco sería objeto de impuesto; por último, se apuntaba que las estaciones gubernamentales no competirían en el campo de la publi- cidad con las estaciones privadas.

Como es fácil observar, la década de los cuarentas representó para los industriales su plena consolidación y su expansión por el con- tinente debido al apoyo del imperialismo y a las omisiones de los gobiernos, esto se explica tomando en consideración que la nación norteamericana resultó triunfante y altamente fortalecida por la - segunda Guerra Mundial. Al mismo tiempo, por esos años, las esta- ciones más importantes del país adquirieron nuevos equipos y moder- nizaron sus instalaciones para dar inicio al surgimiento de las ca- denas radiofónicas, entre las que se destacó Radio Programas de Mé- xico, propiedad de Azcárraga, Serna Martínez, de la Rosa y José -- Luis Fernández. En esta época, también surgen las cadenas de Ra- dio Mil, Radiodifusoras Unidas Mexicanas, S.A. (RUMSA), Radiodifu- soras Asociadas, S.A. (RASA) y Radio Cadena Nacional (RCN).

El auge de las cadenas radiofónicas, permitió a los radiodifusores aumentar sus ganancias y hegemonía dentro de la industria radiofó- nica, al ejercer mayor control sobre un gran número de las estacio- nes del interior del país. Al término de la década de los cuaren-

tas, la cadena más importante, RPM, contaba con 92 afiliadas en todo el territorio nacional, iniciándose con ello, la concentración y centralización en este sector.

Durante el gobierno de Avila Camacho, se iniciaron los preparativos para la instalación de la televisión, es en el último año de su gobierno cuando los empresarios radiofónicos dan comienzo a su proyecto de televisión comercial, para lo cual se dan a la tarea de obtener concesiones para operar canales. Sin embargo, fue al gobierno del Lic. Miguel Alemán Valdez al que correspondió desarrollar la plataforma política y legal que entregara la televisión a los intereses de los radiodifusores, otorgando las primeras concesiones para operar canales de televisión.

El régimen al que se sujetaría la televisión, debía según los concesionarios, quedar sujeto al que ya existía en la radiodifusión, y en 1949 se inicia la construcción de las primeras estaciones de televisión en el país. Mientras tanto, el gobierno alemánista a través del director general de telecomunicaciones inició la elaboración del reglamento que normaría el funcionamiento del nuevo medio, formando una comisión en la cual fue designado como asesor Guillermo González Camarena, empleado de Azcárraga y quien, posteriormente se convertiría en concesionario y socio minoritario del grupo monopolístico.

Los primeros años de la televisión comercial no fueron de grandes ganancias para sus propietarios, debido al pequeño número de aparatos receptores, a la baja capacidad de compra del pueblo y a que los anunciantes aún no venían una cobertura masiva como la que seguía ofreciendo la radio para sus productos.

El gobierno de Miguel Alemán, desarrolló una política de apoyo incondicional a la radiodifusión en el país, continuando con las exenciones fiscales, la libre importación de equipos y materiales necesarios para la industria, además de sentar las bases legales que favorecían su crecimiento y consolidación, principalmente en el área de la televisión.

Así, se otorgaron facilidades para la instalación de estaciones retransmisoras de televisión, como la que quedó ubicada en el Paso de Cortés, propiedad de Rómulo O'Farril, cuyo equipo de importación, quedó libre de impuestos. Dicha retransmisión sirvió para dos cosas, primero amplió la cobertura que era local de las estaciones -- del D.F. y segundo bloqueó en dicha área la apertura de nuevas concesiones durante mucho tiempo.

Durante la administración del presidente Ruiz Cortines, el gobierno organizó una amplia campaña, a través de los medios de difusión para borrar la imagen de corrupción y errores de reglmenes anteriores, aumentando la presencia del Estado en el contenido de las transmisiones de radio y televisión, pero no intensificó el crecimiento de las estaciones del Estado, lo cual le hubiera permitido mayor eficacia en la difusión de sus proyectos, y evitar su dependencia de las estaciones y canales comerciales, las cuales siguieron gozando de las mismas facilidades que en los gobiernos anteriores, como en el establecimiento de las tarifas por parte de los concesionarios.

De esta forma, durante dos décadas los gobiernos mexicanos no contemplaron un proyecto de difusión masiva que hiciera crecer la radiodifusión estatal, ni para difundir sus proyectos ni para involucrar a estos medios en planes de alfabetización o difusión cultural que beneficiaran a la población del país y dejaron estas tareas a la buena voluntad de los concesionarios. Al mismo tiempo, los radiodifusores, desarrollaron una campaña tendiente a convencer al Estado de que no era necesario que tuviera sus propias estaciones, -- pues la iniciativa privada estaría siempre dispuesta a dar amplia difusión a sus mensajes.

Por otra parte, el sistema de las estaciones repetidoras aumentó -- las ganancias de los radiodifusores, quienes además de contar ya -- con las ventajas de los programas grabados en discos podían ahora -- incrementar más sus tarifas por mayor cobertura, eliminando incluso, los costos de grabación y distribución que antes realizaban para hacer llegar sus mensajes a provincia, y al mismo tiempo, ahorrarse -- gastos de operación, artistas, locutores y personal administrativo. Aunque las protestas de los radiodifusores de provincia no se hiciera

ron esperar, la Cámara que representaba los intereses del gremio apoyó el crecimiento de las repetidoras, pues éstas pertenecían a los grandes radiodifusores y contaban con el apoyo de los funcionarios de la Secretaría de Comunicaciones. De esta forma también absorbieron a los concesionarios pequeños de provincia.

Los años cincuenta representaron gran actividad para la Asociación Interamericana de Radiodifusores (AIR), asociándose a la Sociedad Interamericana de Prensa para defender los intereses de los grandes propietarios de los medios de difusión en el continente y en una declaración conjunta, justificaban su intervención para defender ante cualquier gobierno los intereses de los propietarios de estaciones radiodifusoras o periódicos que por algún motivo fueran afectados. Al mismo tiempo, ambas asociaciones pugnaban por la libertad de expresión y por el sistema mixto de radiodifusión.

Para finales de la década, la radio empieza a ser desplazada por la televisión y los presupuestos publicitarios se dirigen hacia el nuevo medio, mientras los radiodifusores para evitar ser desplazados amplían y modernizan sus instalaciones. Muchas de éstas inversiones tienen el objeto de ir adaptando las instalaciones para construir plantas de televisión. (16). A pesar de las solicitudes hechas por parte de estos radiodifusores la Secretaría de Comunicaciones no otorgó más concesiones para operar estaciones de televisión argumentando que ya tenía asignados los canales restantes del Distrito Federal.

Ante el inevitable crecimiento de la televisión, las estaciones radiodifusoras del país, optaron por ampliar sus horarios de transmisión para tener mayor tiempo que vender a los anunciantes, al grado de transmitir las 24 horas del día. Con el paso de los años, se comprobó que la radio no sería desplazada por completo por la televisión y ambos podían repartirse, aunque no por partes iguales, el presupuesto publicitario, esto se debió a la miniaturización de los receptores al aparecerles el fantástico desarrollo del transistor y los elementos del estado sólido. En esa época, la radiodifusión seguía teniendo la ventaja de las transmisiones matutinas, servicio con el que aún no contaban las estaciones televisoras y los anuncian-

tes, a fin de cuentas, optaron por anunciarse en ambos medios.

En la década de los sesentas, la televisión ocupó gran parte del --gasto publicitario de las empresas anunciantes, sin embargo, la radio no fue substituida y las cadenas radiofónicas continuaron su desarrollo por todo el país. Ya desde mediados de la década de los cincuenta, habían empezado a instalarse estaciones que operaban en frecuencia modulada. Es a partir de los años cincuenta que el grupo Azcárraga queda completamente consolidado como el más poderoso de la industria y es cuando la mayor parte de las estaciones del país se convierten en transmisoras de música pregrabada, para dar --paso a la era de las grabaciones discográficas, sin altos costos de inversión, simplificación administrativa y grandes utilidades. (17)

El fenómeno más significativo de los años sesenta es sin duda el --triunfo de los concesionarios de radio y televisión en la promulgación de una Ley que aseguraba y fortalecía sus intereses. Así, fue cambiada la definición jurídica de servicio público por la de interés público, lo cual los benefició en la determinación de tarifas y en la libertad que tendrían en adelante de prestar sus servicios a quien ellos consideraban conveniente, evitando con ello riesgos políticos, además de la ventaja de poder determinar los horarios para transmitir los mensajes de las grandes compañías, relegando a las --medianas y pequeñas a los horarios con menos auditorio o simplemente negarles el servicio.

Al mismo tiempo, las nuevas disposiciones garantizaban la libertad de expresión en la radio y la televisión, con la cual los concesionarios podían ya expresar sus posiciones políticas a través de estos medios, promoviendo los intereses del grupo económico al que pertenecían. En términos generales se limitaba la intervención del Estado en el establecimiento de las tarifas y terminaba la obligación --de los concesionarios de servir sin distinción alguna a todo el público.

Por otra parte, el artículo 89 de la Ley de Vías Generales de Comunicación de 1939, cuyas disposiciones se refieren a la reversión, --quedaba prácticamente derogado, gracias a que la radiodifusión ya --

no era servicio público, y aunque los radiodifusores no consiguieron que se les otorgaran concesiones intemporales, como era su objetivo, éstas fueron otorgadas con amplias ventajas y seguridades que les permitían renovarlas con facilidad.

Con respecto a los antecedentes y desarrollo de los hechos que marcaron la aprobación final del proyecto de la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960, se han escrito varios estudios que de una u otra forma, apuntan a las mismas conclusiones, es decir, una ley que nuevamente favoreció el crecimiento y consolidación de la industria de la radio y la televisión en el país. [18]

Sin embargo, cabe mencionar que se mantuvieron inalterables los intereses de los radiodifusores, los cuales decidirían el número de anuncios comerciales, su programación, sus tarifas, tendrían garantizada la renovación de sus concesiones, y hacer política libremente. Mientras, el Estado quedó en posibilidad de utilizar la radiodifusión comercial, pero sin tiempos definitivamente establecidos y sujetos a la negociación con los concesionarios, quienes definirían el horario de transmisión de los mensajes estatales.

De nueva cuenta, las necesidades educativas y culturales de la población mexicana, quedaban sujetas, en los ordenamientos legales de --- 1960, a la visión que de la educación y la cultura tienen los radiodifusores, dejando en sus manos la programación y acentuando su influencia ideológica sobre la población.

Las movilizaciones sociales ocurridas a finales de los sesentas, --- obligaron al Estado a instrumentar una campaña de legitimación de la política del grupo gobernante, para la cual, los medios de difusión servirían como instrumentos de penetración para obtener la confianza y el consenso de la población. Pero como no existía ya ninguna disposición legal que prohibiera a los radiodifusores hacer política, - el Estado Mexicano estrechó más sus relaciones con los concesiona--- rios de radio y televisión, con el fin de que estos apoyaran sus políticas. Pero también propició el crecimiento de estaciones estatales e instrumentó un plan que contemplara la utilización de estos me--- dios para tareas educativas y culturales, al mismo tiempo que daba -

impulso el crecimiento de las estaciones de frecuencia modulada poniendo a su disposición la infraestructura de la Dirección General de Telecomunicaciones, otorgando además a esta industria reducciones fiscales y renovando sus títulos de concesión.

Así, el gobierno de Díaz Ordaz impulsó la construcción de la Red Federal de Televisión, bajo el argumento de que era necesario que el Estado contara con estaciones de televisión que difundieran programas educativos, culturales de capacitación e información. De esta forma el Estado iniciaba realmente su incursión en los medios electrónicos con 37 estaciones distribuidas en el territorio nacional.

Para obtener el apoyo de los radiodifusores hacia su política, el gobierno de Díaz Ordaz utilizó como presión un recurso fiscal, cuya disposición gravarla con una tasa del 25% las entradas millonarias que gozaban los concesionarios. Ante esta actitud del Estado, los radiodifusores no tardaron en entablar las negociaciones con el gobierno para buscar una salida que no afectara sus intereses.

El resultado no sorprendió a nadie, nuevamente el triunfo fue para los radiodifusores, quienes pagaban dicho impuesto otorgando al Estado el 12.5% del tiempo diario de transmisión de cada estación, sin que el uso que el Estado haga de este tiempo, implique competencia con las actividades comerciales de la radio y la televisión. (19)

El único objetivo que consiguió el Estado fue fortalecer nominalmente su participación en estos medios y cierto control en el contenido de las emisiones. Sin embargo, pasarían varios años para que el Estado decidiera ocupar ese tiempo de transmisión y sí, perdió la posibilidad de participación de los beneficios económicos de esa industria y de ejercer mayor control sobre el contenido de los mensajes. (20)

Además, según el acuerdo de 1969, bastarla con que el concesionario pusiera a disposición del Estado dicho tiempo, pues si éste no hacía uso de él podría el primero ocuparlo para no interrumpir el servicio y la determinación de los horarios de transmisión serían consultados con los concesionarios para no perjudicar sus intereses.

En ese mismo año, el gobierno de Díaz Ordaz creó la Comisión de Radiodifusión, integrada por varias Secretarías de Estado, cuyo objetivo sería planear y ocupar el tiempo al que tenía derecho el Estado - en las estaciones comerciales. En este organismo había dos representantes de las Secretarías de Gobernación, Hacienda y Crédito Público y Comunicaciones y Transportes como miembros permanentes, mientras que por las Secretarías de Educación Pública y Salubridad y --- Asistencia, había un solo representante con carácter de miembros especiales para ser consultados cuando se abordaran asuntos relacionados con dichas dependencias. De esta forma, quedaba demostrado que el interés del Estado por los medios electrónicos no guardaba objetivos de carácter cultural y educativo, sino que era más importante el papel político que estos jugaban y por ello tenía mayor peso la Secretaría de Gobernación que la de Educación Pública.

Para 1970, la antes Cámara de la Industria de la Radiodifusión, formalizó la pertenencia de los concesionarios de estaciones de televisión al gremio (CIRT) y se prepararon de esta forma, para recibir al nuevo régimen poniendo de inmediato el servicio de sus medios para la campaña electoral del candidato a la presidencia de la República, Lic. Luis Echeverría Álvarez, el cual como secretario de gobernación había lanzado varios comentarios contrarios a los intereses de los - concesionarios, pero tomando en cuenta la importancia política de estos instrumentos, en los primeros años de su gobierno prefirió evitar cualquier confrontación con el gremio y habló, incluso, de un total respeto a la industria de la radiodifusión. Sin embargo, en la década anterior el Estado ya había dado muestras de interés por convertirse en emisor, actitud que había sido provocada por la crisis - económica y política que vivía el país y por la necesidad del gobierno de contar con instrumentos masivos que le permitieran obtener la confianza de las mayorías.

Es así, que entrada la década de los setenta se producen cambios en las relaciones Estado-concesionarios, rompiendo momentaneamente la - armonía que había guardado en años anteriores. El gobierno de Echeverría inicia un plan para aumentar la influencia del Estado en la - industria de la difusión colectiva, organizando una campaña que apoyó su política en esa materia, en la que se vieron involucrados fun-

cionarios e intelectuales que reforzaron las decisiones tomadas por el gobierno echeverrista.

En 1971, el gobierno crea la Subsecretaría de Radiodifusión, organismo que dependería de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y cuya finalidad sería servir como órgano auxiliar del secretario para tratar los asuntos relacionados con el área de radiodifusión que correspondieran a dicha secretaría. Las funciones que se definieron en 1973, marcaban como tareas de la creada Subsecretaría, el trámite y análisis de las solicitudes de concesión y permiso de las estaciones de radiodifusión que quisieran instalarse en el país; sería la encargada de imponer las sanciones a las que se harían --- acreedores los concesionarios o permisionarios que incurrieran en violaciones a los ordenamientos técnicos y administrativos que reglan a la radiodifusión; al mismo tiempo, dicha Subsecretaría sería la responsable de producir y difundir los programas de radio y televisión que fueran destinados a las redes que operaba la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y sería la encargada de operar las estaciones oficiales.

A principios de 1972, se expidió un decreto que autorizó la ejecución del proyecto de televisión rural, el cual argumentaba la necesidad de que el Estado hiciera llegar el servicio de televisión a zonas rurales a fin de que este medio de difusión se convirtiera en un instrumento de integración y ayudara a la castellanización y el envío de información oportuna a las zonas más marginadas del país, ya que los intereses económicos de los concesionarios les había hecho instalar sus estaciones en áreas urbanas.

En dicho decreto, quedó establecido que la red no representaría competencia comercial alguna para los concesionarios y que en las zonas donde operarla el servicio podían otorgarse concesiones para la explotación comercial siempre y cuando se cumpliera con las disposiciones que establecía para tal efecto la Ley Federal de Radio y Televisión. Por otra parte, el decreto establecía que la programa--- ción estaría constituida por programas producidos por el gobierno y por los de la televisión comercial que se consideraran convenientes para la red, los cuales pasarían, además, con cortes comercia---

les, ampliando con ello el número de televidentes al que llegaban - esos mensajes, resultando beneficiados tanto anunciantes, como concesionarios privados, pues se les ampliaba la cobertura en forma -- gratuita.

Durante el sexenio echeverrista, también tuvo lugar la compra del - canal 13 de televisión por parte del gobierno y también la promulga - ción del Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión en don - de quedó completamente definida la participación del Estado a través de la Secretaría de Gobernación en la materia.

El reglamento de 1973 fortaleció el carácter comercial que ya impe - raba en el funcionamiento de la radio y la televisión, cuyas dispo - siciones se encontraban en contradicción con las críticas que duran - te todo ese gobierno se habían hecho al consumismo promovido por -- los concesionarios de esos medios. El reglamento permitirla que el 40% del tiempo de una estación radiodifusora fuera dedicado a la pu - blicidad y existía, además, la posibilidad de que la Secretaría de Gobernación aumentara temporalmente la duración del tiempo dedicado a la publicidad.

Todas las declaraciones de funcionarios y periodistas, en torno al consumismo que fomentaban los medios electrónicos, tuvieron siempre la precaución de no hablar de una posible nacionalización, sus co - mentarios por el contrario, dejaron ver siempre la armonía que exis - tirla entre el gobierno y los concesionarios para mejorar la progra - mación de las transmisiones de radio y televisión.

La intención última del Estado no era afectar los intereses de los radiodifusores, sino consolidarse como emisor dentro de esa indus - tria, olvidando con ello un proyecto que hiciera participar a las - mayorías en estos medios.

Finalmente, el gobierno de Echeverría siguió favoreciendo a la ra - diodifusión comercial con las disposiciones contenidas en el regla - mento de 1973, permitiendo también a los concesionarios de estacio - nes de televisión hacer uso de la red nacional de telecomunicacio - nes con tarifas muy bajas.

Actualmente la Red Nacional de Telecomunicaciones ha servido primordialmente a la televisión comercial para enviar y recibir señales por satélite, con descuentos por parte de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, mientras los canales estatales casi no hacen uso de este servicio.

Sin embargo, el gremio de los radiodifusores intensificó en este sexenio sus relaciones con el gobierno, objetivo que alcanzó, por ejemplo, al ser designado como asesor en materia de radio y televisión de la Presidencia de la República, Miguel Alemán Velasco, hecho que demuestra una vez más las intenciones del gobierno de no perjudicar los intereses de los concesionarios.

En 1976 la radiodifusión alcanzó su mayor grado de concentración; las pequeñas radiodifusoras hablan pasado prácticamente el control de su programación a las grandes cadenas, quienes manejaban la programación y casi toda la publicidad que difundían estas estaciones. (21)

Para 1975, los radiodifusores se presentaron nuevamente ante el candidato del PRI a la Presidencia, para poner a su disposición las estaciones de radio y los canales de televisión en su campaña política.

Los rasgos de la política de José López Portillo en la radiodifusión, se distinguieron por el mantenimiento de la participación del Estado como emisor y por unas relaciones siempre cordiales con los concesionarios. Sin embargo, este sexenio marcó un cambio en la política de participación en el tiempo al que el Estado tiene derecho dando oportunidad de expresión a diversas fuerzas políticas que hablan exigido ese derecho ante el gobierno lópez portillista. De esta forma, limitadas y controladas varias organizaciones políticas podían transmitir por radio y televisión sus mensajes, como una salida instrumentada por la reforma política que trataba de resolver la crisis por la que atravezaba el país.

En 1977, la casi totalidad de las empresas estatales dedicadas a la difusión masiva quedaron bajo la coordinación de la Secretaría

de Gobernación, precisamente la encargada de la política del Estado.

Para que dicha Secretaría cumpliera su función de vigilar las transmisiones de radio y televisión y las películas cinematográficas, -- y que estas se mantuvieran dentro de los límites señalados por la Ley Federal de Radio y Televisión, se creó la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) dependiente de la Secretaría de Gobernación entre cuyas funciones destacan:

- 1) Participar en la reglamentación que sobre radio, cine y televisión corresponden a la Secretaría de Gobernación.
- 2) Someter a acuerdo con el Secretario lo relativo a la coordinación, promoción y fomento de las actividades que realiza la Secretaría en materia de radio, cine y televisión.
- 3) Coordinar, fomentar y regular la producción, coproducción, distribución y exhibición de películas, series filmadas y teleteatros.
- 4) Planear, organizar y coordinar los programas y actividades que permitan fomentar el empleo del cine, la radio y la televisión como medios de educación y difusión cultural.
- 5) Tener a su cargo el registro público de los actos realizados en la industria fílmica y de radio y televisión.
- 6) Ordenar el encadenamiento de las estaciones de radio y televisión de acuerdo a lo que dispone el artículo 62 de la Ley Federal de Radio y Televisión.
- 7) Colaborar con la Comisión Federal Electoral y la Comisión de Radiodifusión.
- 8) Operar la estación radiofónica Radio México que en onda corta di funde internacionalmente los mensajes del gobierno.
- 9) Vigilar que las transmisiones de radio y televisión se mantengan

dentro de los límites del respeto a la vida privada a la dignidad personal y a la moral y no ataquen los derechos de terceros ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden y la paz públicos.

- 10) Coordinar el funcionamiento de las estaciones de radio y televisión pertenecientes al Gobierno Federal y cuyo manejo no esté a cargo de otra dependencia del Ejecutivo y otra entidad de carácter público.
- 11) Conocer previamente los boletines que los concesionarios están obligados a transmitir gratuitamente y ordenar a estos su difusión, salvo en los casos de notoria urgencia en los cuales --- otras autoridades podrán directamente, y bajo su responsabilidad ordenar su transmisión.
- 12) Conceder permisos para la transmisión por radio y televisión de programas de concurso, de preguntas y respuestas y otras semejantes en coordinación con la Dirección General de Gobierno.
- 13) Producir y transmitir los programas de "La Hora Nacional".
- 14) Cuidar que las estaciones de radio y televisión cumplan con las disposiciones del tiempo destinado al anuncio comercial dentro del conjunto de la programación, de acuerdo con lo que establecen las leyes y reglamentos relativos a la materia.
- 15) Realizar los estudios e investigaciones necesarios para conocer oportunamente los efectos de las transmisiones en radio, televisión y cine de las actividades presidenciales.
- 16) Intervenir, previo acuerdo con el Secretario en la celebración de contratos, convenios nacionales internacionales en materia - de radio, televisión y cine.
- 17) Imponer sanciones por la infracción a las disposiciones que regulan las transmisiones de radio y televisión.

Para cumplir con sus funciones, RTC contó con cuatro direcciones entre las que destacan (para los fines de este trabajo) la Dirección de Radio y Televisión y de Divulgación Presidencial. A la primera le correspondía coordinar, regular y autorizar las transmisiones de los programas de radio, televisión y publicidad grabadas, filmadas y producidas en el país y el extranjero, administrar el tiempo que le corresponde al Estado en las estaciones de radio y televisión; - organizar y coordinar los programas y actividades que permitan fomentar el empleo de la radio y la televisión como medios de educación y difusión cultural; vigilar que la producción y los programas de "La Hora Nacional" y Radio México sean los adecuados. Posteriormente, dicha dirección se dividió en dos direcciones: una para atender las necesidades de cada medio, lo que se convirtió en 1982 en los Institutos de Radio y Televisión.

La Dirección de Divulgación Presidencial, se encargaba de distribuir la información que llega al público, generada por las actividades presidenciales, promoverla la información audiovisual de dichas actividades en el interior del país y en el extranjero y vigilarla que su difusión a través de los medios de comunicación social fuera adecuada.

Para 1980, Televisión Rural de México, pasó a formar parte de RTC.

De la centralización que de sus medios hizo el Estado en una sola dependencia, se originó que la mayor parte de las atribuciones pasaran a una entidad política, la cual se encargaba de la administración y producción de mensajes que sirvieran a los propósitos de legitimación del sistema político para los actos de gobierno y especialmente la imagen presidencial.

No se pensó, más que en la posibilidad (limitada) de hacer participar a los partidos políticos, pero no así a las diferentes fuerzas sociales e instituciones educativas y culturales para que participaran en el diseño y producción de mensajes y que su acceso permitiera una mejor definición de contenidos. Ante la imposibilidad de otorgar a toda la población la oportunidad de expresarse por medio de estos instrumentos, el Estado se vio obligado a reconocer y ga-

garantizar el derecho a la información a todos los agentes sociales, por medio de la adición al artículo sexto Constitucional, que establecía esa garantía legal. [22]

Aprobada la adición al artículo sexto y habiéndose establecido el acceso "permanente" de los partidos políticos a la radio y la televisión, se establecieron los mecanismos jurídicos a través de los cuales, los partidos políticos podrían hacer uso de esa prerrogativa, quedando estipulados en la Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales, en la que se estableció que dichas organizaciones políticas dispondrían de una parte del tiempo mensual al que el Estado tiene derecho; que sus mensajes tendrían preferencia en la programación del tiempo estatal; la duración de sus transmisiones se vería incrementada en períodos electorales y tendría cobertura nacional [23] que el contenido de los mensajes sería determinado por cada partido libremente y la Comisión de Radio y Televisión sólo tendría a su cargo el aspecto técnico de las transmisiones, además de la función de determinar las fechas, los canales, estaciones y horarios en los que serían transmitidos dichos mensajes.

Estas reformas legales, no perjudicaron en ningún momento, los intereses de los concesionarios, sólo representaron una limitada apertura a las organizaciones políticas principalmente de oposición y no un acceso equitativo a los medios por parte de todas las organizaciones sociales para la determinación de una política nacional de comunicación, pues ello hubiera implicado una transformación importante en las actuales formas de concentración y centralización con las que opera la industria de la radiodifusión. [24]

En resumidas cuentas, el gobierno lópezportillista, continuó la tarea iniciada con Díaz Ordaz, en el sentido de ampliar la participación estatal en la radio y la televisión, evitando en la medida de lo posible todo enfrentamiento con los concesionarios, quienes después de todo están siempre dispuestos a negociar con los funcionarios en turno. La intención del Estado que se ha manifestado en los últimos años, es obtener por medio de un proyecto conjunto, -- que las señales de radio y televisión cubran todo el territorio na

cional a través de la participación estatal y privada. (25) Pero también, el Estado Mexicano ha impulsado el desarrollo de la radio y la televisión estatales, un ejemplo de ello fue la ampliación de la cobertura del canal 13 y TRM con Luis Echeverría, el primero a través de 49 canales cubre 25 estados y la segunda llega a 23 estados con 92 estaciones. (26)

Al mismo tiempo, se ha dado más importancia a la regionalización de los contenidos, creando televisoras y radiodifusoras en provincia; tal es el caso de Guanajuato, Tabasco y Sonora cuyos proyectos de carácter estatal y local fueron puestos en marcha a partir de este sexenio. Aunque no existe una política nacional al respecto, pues dichos proyectos han surgido por la voluntad de algunos gobiernos por tener sus propios medios.

Mientras tanto, la radio y televisión comerciales han continuado su ritmo de crecimiento, para 1982 existían 946 estaciones de radio y televisión concesionadas en el país, 623 correspondían a AM, 172 a FM, 8 en DC y 143 a canales de televisión. (27)

Su distribución y concentración se ha acentuado al grado de que 5 cadenas controlan el 52.43% de todas las estaciones de radio y televisión que existen concesionadas en la República Mexicana, dichos grupos son: Televisa, ACIR, RAVEPSA, RADIOROMA y RASA, lo que significa que estos cinco grupos controlan 317 estaciones en AM, 49 en FM y 130 canales de televisión.

En materia de radiodifusión la situación es la siguiente: diez grupos dominan el 84.9% de las estaciones de amplitud modulada de un total de 623 estaciones concesionadas, los mismos diez grupos, controlan el 54% de las estaciones de frecuencia modulada de un total de 172 concesionadas. (28).

	<u>AM</u>	<u>FM</u>
ACIR	96	23
RAVEPSA	82	8
RASA	70	3
RADIO	44	16
FIRMESA	43	1
SOMER	25	12
RCN	38	4
RPM	38	4
CMRSA	<u>27</u>	<u>10</u>
T O T A L	529 de 623	93 de 172

Con respecto a la radiodifusión cultural se presenta la siguiente situación:

NUMERO DE EMISORAS

	<u>COMERCIALES</u>	<u>CULTURALES</u>	<u>TOTAL</u>
AM	623	23	646
FM	172	10	182
OC	<u>8</u>	<u>13</u>	<u>21</u>
T O T A L	803	46	849

El cuadro anterior, da un 94.5% a la radiodifusión comercial y un dramático 5.4% a la radiodifusión cultural o con algún fin educativo.

Por otra parte, la distribución de las estaciones, cuyo criterio ha sido normado por el máximo de ganancias para los concesionarios guarda actualmente un desequilibrio en su distribución geográfica, anarquía provocada por los intereses de los concesionarios que únicamente solicitan la instalación de estaciones en ciudades económicamente poderosas, lo que ha traído como consecuencia la saturación de zonas metropolitanas principalmente, diferen

cias que coinciden con el desarrollo económico del país.

N O T A S

1. Los avances sobre política en materia de difusión masiva, como ha quedado demostrado en el debate sobre la reglamentación del derecho a la información y la consulta popular sobre comunicación, se ven bloqueados por el interés de quienes en nombre de la libertad de expresión impiden la realización de una de nuestras necesidades más apremiantes, la democratización de la sociedad mexicana.
2. Cfr. Mejía Barquera, Fernando, La industria de la Radio y la televisión y la política del Estado Mexicano (orígenes y desarrollo) Tomo I, FCPS, UNAM, p. 14
3. Ibid. p. 15
4. Galvez Felipe "Los Albores de la Radio" en Información Científica y Tecnológica No. 89 CONACIT, p. 6-8
5. Cfr. Fernández Christlieb, Fátima, Los medios de Difusión Masiva en México, Ed. Juan Pablos, B. 116
6. Arriaga, Patricia, Publicidad, economía y comunicación masiva. Ed. Nueva Imagen p. 17-98
7. Ibid. p. 53
8. Al respecto, Mejía Barquera, señala que en 1922, la CONCAMIN - dirigió al presidente Obregón una carta en la que le solicitaba se impulsara la "radio telefonía" pues esta podría poner en contacto los centros industriales de la República Mexicana. op. cit. p. 136.
9. Las estaciones de 100 a 200 watts, 100 pesos; las estaciones con potencia mayor a los 200 watts debían pagar 50 centavos -- por cada watt adicional. ibid. p. 164.

10. Díaz Amador, Carmen, Política y Radiodifusión en México, un - análisis histórico. UI. p. 35
11. Fernández Christlieb, Fátima, "La industria de Radio y Televisión", en Nueva Política No. 3 p. 237-238
12. La SCOP las distribuyó de la siguiente forma: Para la aviación XA, para servicios generales XB, Servicios Telegráficos XD, XF, Servicio Marítimo XC y Radiodifusoras en general XE.
13. Para conseguir una completa eficacia técnica en sus emisiones el presidente Cárdenas nombró como coordinador de estas a Guillermo Morales Blumenkron, quien ya habla dirigido las transmisiones de radio de su campaña electoral. La transmisión de este mensaje de año nuevo, fue escuchada, según el informe -- presentado por Morales Blumenkron, por 4 millones de personas en México y otros tantos en el extranjero, ya que se habla lo grado encadenar a las 21 estaciones con mayor potencia en la República.
14. Barajas, Miguel, Bosquejo Histórico de la Radiodifusión en México, p. 12-13
15. Mejía Barquera, Fernando, op. cit. p. 405
16. Como fueron los casos de la XEL, cuyo dueño, Fidel Hernández, inició la construcción de los cimientos para una planta de TV; de la XEB en la cual se construyó un "Teatro-estudio" y la -- XEOV, Radio Mil, éstas dos últimas estaciones solicitaron a la SCOP concesiones para operar canales de TV, junto con otras 11 radiodifusoras. La SCOP, argumentó que por razones técnicas sólo podían funcionar en el D.F. 7 canales de TV, de los - cuales 4 (contando el canal 9 del Paso de Cortés) ya se encontraban en operación y que los 3 restantes ya estaban asignados. Ibid. p. 542-543
17. Arriaga, Patricia, op. cit. p. 231

18. Cfr. Cremoux, Raúl, La legislación mexicana en radio y televisión UAM, 1982; Granados Chapa, Miguel Angel Examen de la Comunicación en México, Ed. El Caballito, 1981; Fernández Christlieb, Fátima, Los medios de difusión masiva en México, Ed. Juan Pablos, 1982.
19. Morales Serrano, Ellas, Análisis Estadístico y Político de la Radiodifusión Comercial en México. UNAM, FCPS., p. 83
20. De esta forma, por el acuerdo del 1º de julio de 1969 se da origen al tiempo fiscal, el cual dispone que los concesionarios -- elijan entre pagar en efectivo el 25% sobre los pagos que realicen o cubrir ese gravamen poniendo a disposición del Estado el 12.5% del tiempo total de su programación. Sin embargo, cabe señalar, que este acuerdo dejó de lado significativos detalles como: no incluir estudios, ni personal técnico, ni artístico o manual, ni comentaristas, ni locutores, ni servicios de grabación, cámaras, iluminación, etc., pues sólo se ponía a disposición del Estado el tiempo de transmisión.
21. Granados Chapa, Miguel Angel, op. cit. p. 24
22. En nuestro país, todavía no tenemos una formulación expresa de tal derecho. Las diez palabras de la llamada Reforma Política que se añadieran al artículo 6 constitucional, que consagra la libertad de expresión, para señalar que el derecho de información sería garantizado por el Estado no pueden tomarse como la formulación expresa que necesitamos. En el mejor de los casos, su adición se refiere a la libertad de expresión, pues se advierte que las diez palabras contienen el mandato para que el Estado garantice ese derecho, aunque a la Reforma Política sólo le interesaba garantizar el acceso de los partidos políticos a los medios de difusión masiva.
23. Es importante señalar, que sólo se hace referencia al tiempo al que el Estado tiene derecho, y no se menciona en ningún momento la posibilidad de abrir nuevos espacios de expresión o colaboración para la producción de los mensajes de dichas organizaciones políticas.

24. Efectivamente, en esta limitada apertura a las organizaciones políticas para poder expresarse, es notoria la ausencia de un proyecto de comunicación social, que diera cabida a otras organizaciones sociales para emprender una verdadera democratización de los medios de difusión.
25. Al respecto, cabe recordar los proyectos de Televisión Rural en el sexenio de Luis Echeverría y los convenios que se celebraron en 1982 entre Televisa y la Secretaría de Comunicaciones para la construcción de las estaciones terrenas que para establecer comunicación vía satélite y difundir las señales de televisión por el territorio nacional, se necesitan previamente al lanzamiento del satélite que funcionará en 1985.
26. Datos registrados en 1982 por la Oficina de Información y Control del Departamento de Estudios Económicos y Evaluaciones de la SCT.
27. Datos proporcionados por el Departamento de Estadística y Programación Económica de la Dirección General de Concesiones y Permisos de Radiodifusión de la SCT, 1982.
28. En relación al aumento del grado de concentración, Cfr. cuadros comparativos de Cremoux, Raúl, op. cit. p. 36-37

CAPITULO II

ANTECEDENTES DE LA RADIODIFUSIÓN CULTURAL Y EDUCATIVA EN MEXICO

Como hemos podido apreciar en el capítulo anterior, la práctica masiva de la producción de mensajes y su difusión, es una instancia que se relaciona con la estructura y dinámica de las relaciones que componen la sociedad. Su naturaleza compleja, converge en un mismo tiempo y espacio social. En consecuencia, el estudio del fenómeno de la radiodifusión debe ser explicado a partir del conjunto social que lo enmarca, lo constituye y lo determina.

En este capítulo se intentará, partiendo de este concepto, dar un panorama global de lo que en materia de radiodifusión ha realizado el Estado Mexicano, a quien en última instancia le corresponde, legalmente, impartir educación a toda la población; tomando en cuenta también, que en nuestro país todas las iniciativas para utilizar este instrumento de difusión con fines educativos han partido de organismos y dependencias estatales.

La primera noticia que se tiene sobre la primera transmisión radiofónica mexicana, data del año 1921 coincidiendo en este intento experimental los intereses públicos y privados. El Herald de México y el Universal, anunciaban los trabajos preparativos para este primer servicio de radiofonía, que se habla hecho en el Palacio Legislativo, sede de la Exposición Comercial Internacional del Centenario de la Independencia Nacional. Poco más de tres kilómetros mediaban entre los primeros aparatos de radiofonía instalados en el Castillo de Chapultepec y el Palacio Legislativo (hoy Monumento a la Revolución). Dicha transmisión, no requirió de torre alguna, -- sino únicamente de una antena instalada en la entonces Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas. La planta transmisora, al --- igual que el aparato receptor, fueron armados en los talleres de la Dirección General de Telégrafos Nacionales y ambas estaciones te--- nían un alcance máximo de 150 kilómetros. (1)

La muestra fue inaugurada el 27 de septiembre de 1921 por el Secretario de Industria y Comercio, Rafael Zubardn, en representación -- del General Obregón.

En esta primera experiencia radiofónica, se mantuvo comunicación -- con diversas partes del mundo y se transmitió un mensaje al presidente Obregón, informándole sobre la apertura del certamen (2).

Otra experiencia con radiotelefonía tuvo lugar el 29 de septiembre de 1921, cuando el piloto Fernando G. Proal desde un avión en donde ha**bla** sido instalada una estación de telefonía inalámbrica mantuvo co municación con una estación ubicada en Balbuena.

La tercera demostración de radiotelefonía fue en Pachuca, en donde cerca de la estación se colocó un fonógrafo que reprodujo la popular "Adelita" la cual se escuchó perfectamente en la estación de Balbuena.

En octubre de 1921, desde Chihuahua se hicieron también pruebas radiofónicas a cargo de la Compañía Telephone Company, en presencia -- del gobernador del Estado (General Ignacio C. Enríquez) y otros fun cionarios, quienes presenciaron las pruebas del servicio inalámbrico que se habla instalado en la capital del estado, con aparatos -- comprados por el gobierno local. En esta ocasión, se logró comunicación con Ciudad Juárez y con dos estaciones norteamericanas. (3)

Para el gobierno, no pasa inadvertida la aparición de este nuevo in vento y en enero de 1923, a solo dos años de la aparición de la radiodifusión en México, el Secretario de Relaciones Exteriores, Sr. Alberto J. Pani, ordena la instalación en las oficinas de la Secretaría, de una estación receptora y transmisora, que después de las primeras pruebas, logró la comunicación con estaciones de Forth --- North y Houston, Texas, E.U., y varias otras que operaban en el --- pats. (4).

El 8 de mayo de 1923, se inician las transmisiones de la JH, esta--

ción dependiente de la Secretaría de Guerra y Marina, cuyo primer Director fue un coronel de apellido Ramirez, y que paradójicamente a las funciones que realiza ese organismo, se dedicó exclusivamente a transmitir conciertos y música clásica con el fin de "elevar el gusto del pueblo en general". Sin embargo, es muy breve el interés de los militares por la nueva radiodifusora, pues la JH sólo mantuvo transmisiones hasta finales de 1923, el mismo año en el que habla nacido.

Pero los primeros pasos del Estado Mexicano en el campo de la radio difusión no quedaron agotados con estos intentos, en junio de 1923 el General Alvaro Obregón, aprueba un proyecto de estudio presentado por el Subsecretario de Agricultura, Sr. P. Venegri, en el cual se proponía el establecimiento de potentes transmisoras en Monterrey, Chihuahua, Hermosillo, Guadalajara, Mérida y el Distrito Federal, para cubrir con ellas todo el territorio nacional, se planteaba en el proyecto que dichas estaciones fungieran como medios de información y orientación para todos los agricultores del país (5)

Los deseos del Sr. Venegri no se vieron realizados, pero este intento demostró que las primeras estaciones que el Estado estableció ca reclaman de principios que guiaran sus actividades, como ocurrió también con otra estación radiodifusora del gobierno, la CZE de la Secretaría de Educación Pública. "Se ha adquirido una poderosa estación de radio que será inaugurada el 12 de octubre próximo, lográndose que la propaganda cultural sea más activa, declaraba el General Obregón en su primer informe de gobierno, el 1º de septiembre de 1924, los maestros rurales y misioneros reunirán en algún lugar de sus respectivas rancherías a sus discípulos y al vecindario para transmitirles una pequeña conferencia sobre algún tema útil, algo de música y las noticias que despierten su interés y los vaya haciendo participar en la vida del país (6).

No obstante haber estado todo listo para el inicio de sus transmisiones, la nueva estación oficial tiene que esperar poco más de un mes de la fecha proyectada para iniciar sus actividades en forma re

gular por el arribo a la presidencia de Plutarco Elías Calles. (7) La CZE no abrió sus micrófonos hasta el 30 de noviembre de 1924 - inaugurando sus emisiones con el discurso de toma de posesión del nuevo presidente. Para este, al igual que para su predecesor Obregón, la labor político-educativa que posibilitaba la radiodifusión era de suma importancia, como un medio más a través del cual se ayudarla a la integración y unificación de los diversos sectores del país. A fines de 1924, salen dos estaciones oficiales más, la CEA y la CZZ. (8) Así nació oficialmente la radiodifusión educativa en el país.

Pero el mutuo interés por el nuevo medio, experimentado tanto por los dirigentes estatales como por el capital privado, se plasma en acciones en las que se observa el papel complementario que le asignaba el Estado en esos momentos a los primeros radiodifusores. Así, tenemos que en 1923, los micrófonos de la CVL, estación perteneciente a los señores Noriega y Azcárraga, se aprovecha diariamente como elementos de transmisión radiotelefónica, según palabras del presidente Obregón en su último informe de gobierno. (9) Como un ejemplo más de esta ayuda recíproca entre el gobierno y el capital privado, están los servicios prestados por el personal de la estación JH de la Secretaría de Guerra y Marina, para ayudar en la instalación de la estación CVB de la Fábrica "El buen Tono", el coronel José Fernández Ramírez, el capitán Guillermo Garza Ramos e Ing. José de la Herrán Pani, ajustaron las partes de la emisora de 500 watts que el "Buen Tono, S.A." había adquirido.

Esta coincidencia de intereses se manifiesta cuando la CVL a través de sus micrófonos transmite la campaña presidencial del general Calles.

A pesar de estas primeras coincidencias, en uno de los primeros ordenamientos legales relacionados con la radio, la Ley de Comunicaciones Eléctricas de 1926, en su artículo 12, el Estado prohíbe a los propietarios de las estaciones, transmitir noticias y mensajes que vayan en contra de la seguridad del Estado, a la paz o al orden

público, a las leyes del país o ataquen en cualquier forma al gobierno no constituido.

Los primeros pasos que los gobiernos del maximato llevan a cabo para redefinir la relación entre Estado y concesionarios privados, se expresan en las leyes de Vlas Generales de Comunicación de 1931 y 1932. La promulgación de estas leyes, al igual que cualquier acto legislativo, no es una acción gratuita atribuida a un mero acto de voluntad de los gobernantes, sino que constituye la manifestación de un aspecto de la actividad estatal posibilitada y condicionada por la situación económica, política y social que vive el país. En este sentido, la actividad legislativa del Estado Mexicano expresa las necesidades a las que este se enfrenta para llevar a cabo eficazmente sus funciones. Y si bien estas leyes no se orientan directamente a regular la actividad radiofónica ya que responden a objetivos más generales y - hasta cierto punto distintos como son las carreteras y los sistemas de transporte, no por ello dejan de contemplar las modalidades que - ha experimentado la radiodifusión comercial en esta etapa de desarrollo, ni de expresar las necesidades a que se enfrenta el Estado Mexicano en este momento histórico respecto a este medio de difusión.

El primer paso del Estado en las leyes de Vlas Generales de Comunicación, es establecer una diferencia entre la actividad radiofónica -- privada y los sistemas de transporte. En tanto que la propiedad de estos últimos es definida como de utilidad pública, se aclara con -- respecto a las concesiones de las empresas radiofónicas que "Las estaciones de investigación científica destinadas a fines culturales o comerciales no son de utilidad pública; por tanto, no disfrutarán de las franquicias que esta ley concede a las demás vlas generales de - comunicación [10].

En esta Ley de Vlas Generales de Comunicación de 1932, se establece una sola pauta para regular el desarrollo de los intereses privados de los concesionarios: "no se otorgará concesión a aquellas estaciones que puedan constituir monopolio en favor de sus propietarios" [11]

Las Leyes de Vlas Generales de Comunicación de 1931 y 1932 mantienen

los mismos límites de control al contenido de las transmisiones, de finidas en la legislación anterior (Ley de Comunicaciones Eléctricas de 1926). Siguen estando prohibidas aquellas transmisiones radiofónicas que atenten contra la seguridad del Estado, el orden público, contrarias a las buenas costumbres, a las leyes del país, -- que ataque en cualquier forma al gobierno constituido, etc.

A fin de definir los límites que deben guardar los contenidos de los mensajes radiofónicos, el Estado reforma nuevamente los límites de tolerancia política dentro de los que se deberán mantener los radiodifusores privados; en 1933 vuelve el viejo precepto jurídico, que -- no obstante su carácter general sigue siendo eficaz para regular el contenido de los mensajes. Queda prohibido una vez más para los concesionarios de la radiodifusión, transmitir noticias o mensajes cuyo texto sea contrario a la seguridad del Estado, a la concordia internacional, a la paz... etc. [12] Con la promulgación de este reglamento, queda establecido que "dada la poderosa influencia que ejerce la radiodifusión en la cultura del país, se pondrá especial cuidado en la corrección del lenguaje. [13] Al mismo tiempo, el reglamento -- del 33, prohíbe la transmisión velada o franca de asuntos de interés personal, político o religioso [14] y con ello el Estado Mexicano reconoce el poder político alcanzado por los empresarios de la radiodifusión y prevé una posible toma de posición contraria a la línea -- del gobierno en turno.

Pero, en 1929 continuaron las actividades radiofónicas gubernamentales con la instalación de la emisora de la Secretaría de Industria, Comercio y Trabajo, que pasó a segundo plano en cuanto se dió a conocer el proyecto para la fundación de una radiodifusora oficial de mayor relevancia: la estación del Partido Nacional Revolucionario. El 31 de diciembre de 1930, Pascual Ortiz Rubio, que habla sido secretario de Comunicaciones en los gobiernos de Calles y Obregón, declara inaugurada la XEFO.

Entre los objetivos de la nueva emisora gubernamental, se señalaban: la difusión de la doctrina del Partido; información diaria de la gestió*n* del mismo, así como de los gobernantes, e incorporación espiri-

tual de las masas proletarias al arte y la literatura.

Hasta 1930, según el análisis de Florence Toussaint sobre esa época, (15) las emisoras culturales ensayaron lo mismo la educación de tipo escolarizada con clases de idiomas o capacitación para oficios varios, que la difusión de programas musicales en donde el género clásico predominaba; mensajes de la ideología revolucionaria a través de campañas de propaganda, transmisión de discursos, declaraciones de funcionarios, síntesis de documentos, especie de noticieros basados sobre las acciones oficiales.

Al respecto, Irma Lombarbo comenta que, la programación de estas estaciones no obedecía a un plan preestablecido y se iba conformando sobre la marcha. Por otra parte, el presupuesto destinado a dichas emisoras era escaso y estuvo sujeto a los cambios de la política. Debido a ello, eran pocas las horas en que el aire se poblaba de ondas herzianas culturales. Como habla surgido desaparecieron, la radio cultural y educativa nació marginada y así permaneció durante muchos decenios. Sólo algunas emisoras cuyo proyecto fue más o menos definido se mantuvieron vivas (16).

El 14 de junio de 1937, aparece la XEXX, Radio Universidad Nacional, 1170 Kcs. en onda larga. El primer director de la emisora universitaria, Alejandro Gómez Arias, mencionó que como parte de un amplio programa de extensión cultural por medio de la radio, la Universidad contarla también con un transmisor de onda corta (XEYU) y entre los objetivos de la nueva estación, se encontraban; la difusión del acervo musical; la literatura y el drama; la extensión de la docencia -- (con crédito académico); la divulgación de la ciencia; emisiones internacionales dirigidas a los mexicanos norteamericanos; y proporcionar información artística y científica. Estos objetivos, constitulan -- una programación coherente, aunque la estación transmita cuatro horas diarias su presencia fue ininterrumpida. En 1961 salió al aire en frecuencia modulada, con una potencia de 1000 watts, cuatro años después se amplió el área de servicio del transmisor de amplitud modulada a 50,000 watts cubriendo el Distrito Federal y estados aleda-

ños, en la década de los setenta, la estación cuenta ya con una planta auxiliar de amplitud modulada (1974) y sus nuevos estudios y --- transmisor de frecuencia modulada con 10 400 watts de potencia son - puestos en marcha en 1976 (17).

En 1978, como producto de una reorganización administrativa, Radio - UNAM quedó adscrita como entidad autónoma, a la Coordinación de Ex- tensión Universitaria, los objetivos y funciones de la estación, que dieron establecidos de la siguiente forma: a) propagación de la cultu- ra; b) extensión de la docencia; c) Información; d) Promoción; y e) Análisis.

Para cumplir con dichos objetivos se organizó internamente la esta- ción y se trató de promover también la Red Universitaria Mexicana y se elaboró un Programa Nacional de Colaboración de Radiodifusoras -- Universitarias.

Efectivamente, como apunta el Licenciado Fernando Curiel, la radiodi- fusión universitaria ha sufrido un desarrollo, aunque vigoroso, in- constante, pues mientras en los años treinta surgen dos estaciones, - una más en los años cuarentas, otra en las cincuentas, en los sesen- tas surgen tres y seis en los setentas. Es así, que aunque la radio cultural dispone de espacio mayor, este es insignificante ante la -- magnitud de la radiodifusión comercial.

Las instituciones que usan el mayor número de frecuencias son las -- universitarias, con 22, pocas si consideramos que prácticamente en - todos los estados de la República existen universidades y que seis - de estas estaciones son en onda corta. Posee radiodifusoras también el INBA, a través de sus casas de la cultura, algunos institutos tec- nológicos regionales, el Instituto Nacional Indigenista, los gobier- nos de los estados, 4 patronatos culturales y dos asociaciones civi- les. Sin embargo, hay que tomar en cuenta también que la mayoría de las emisoras culturales en FM y onda corta no son sino la duplica- ción o triplicación de las mismas programaciones de AM, pues una so- la radioemisora puede poseer las tres frecuencias. En el Distrito - Federal tal es el caso de Radio UNAM y Radio Educación.

En el ámbito de la radiodifusión universitaria, se han realizado intentos por mejorar la calidad programática y propiciar la colaboración entre las emisoras culturales; con este objetivo, se formó la Red Universitaria en 1979, entre cuyas bases de colaboración, que -- fueron establecidas en el Segundo Encuentro de Representantes de las Universidades, se acordó: propiciar el intercambio de información -- técnica, artística, programática, administrativa, la coproducción de programas, el intercambio de programas transmitidos, la capacitación técnica y artística del personal que colabora en las estaciones, la difusión y promoción de las programaciones de las distintas radiodifusoras universitarias, el diseño de intercambio de información, el fortalecimiento en todos sus aspectos, de la radiodifusión universitaria y el empleo de los medios técnicos más adecuados para los enlaces nacionales y la Red Universitaria, cuya primera emisión se efectuó el 29 de marzo de 1979. En la misma Reunión, se postuló la colaboración interinstitucional con emisoras culturales o no culturales que respondieran a las bases y objetivos del órgano que agrupe a las estaciones. Entre los objetivos más importantes señalados por los representantes de las radiodifusoras universitarias, se encuentra, - la búsqueda de estilos y formatos de producción acordes a la especificidad del medio radiofónico. Con respecto a la Red Universitaria, se convino que su planeación deberla atender a contenidos programáticos de interés general en materia educativa, musical, teatral e informativa, los programas tendrían duración de una hora y se transmitirían una vez por semana.

En este sentido, cabe mencionar que la mayor parte de los enlaces -- que se han efectuado como parte del programa de la Red Universitaria han sido de carácter musical, del género clásico, principalmente.

Las últimas consideraciones que se realizaron en este segundo encuentro, fueron que: la labor radiofónica es un instrumento efectivo de cambio social y no debe reducirse a la mera condición de recreación y entretenimiento, y que es de importancia central la creación de -- nuevas estaciones universitarias. (20)

;

La radiodifusión universitaria durante estos últimos años se ha seguido agrupando y organizando a través del Programa Nacional de Co-

Laboración de Radiodifusoras Universitarias, a este programa se incorporó Radio Educación en 1980 y a partir de ese año, son varias - las estaciones universitarias de provincia que se enlazan a sus ser vicios noticiosos.

Como parte de este Programa Nacional de Colaboración de Radiodifusoras Universitarias, se acordó elevar recomendaciones concretas a -- las autoridades competentes, encaminadas al incremento de las estaciones universitarias en nuestro país, esfuerzos que no se han concretizado (en los casos de Puebla y Guerrero) y aunque dentro de -- los objetivos del Programa se menciona el procurar un balance adecuado entre la difusión de la cultura universal y las diversas mani festaciones de la cultura mexicana, este objetivo tampoco se ha cum plido ampliamente, un ejemplo de ello, es el estudio realizado por Esther Partida Omaña quien al presentar un análisis comparativo entre la programación y audiencia de Radio UNAM y Radio Universidad - Benito Juárez de Oaxaca, en sus respectivas comunidades universitarias, no obtuvo resultados demasiado alentadores. Según los resultados de dicho estudio, Radio UNAM sólo es sintonizada por el 41% - de la comunidad universitaria, mientras la emisora de la Universi- dad de Oaxaca es escuchada por el 89% de los miembros de su comunidad, esta diferencia es consecuencia de la programación, pues la -- emisora oaxaqueña transmite información local y su programación está compuesta por un mayor número de horas dedicadas a la música nacional, mientras Radio UNAM basa casi completamente su programación musical en el género clásico.

Según los datos presentados por este estudio, el 71% de los miem-- bros de la comunidad universitaria de la radio universitaria oaxaqueña no prestan atención a las transmisiones de música clásica, -- mientras que la audiencia de Radio UNAM en un 65% se manifiesta en contra de las transmisiones de este género musical. [22] Esta mlni ma aceptación a la música clásica se debe, según las propias res--- puestas de los encuestados, a la carencia de conocimientos sobre el género, y porque previo a la transmisión, en pocas ocasiones, se -- ofrece alguna explicación para su comprensión.

Pablo Latapi, subdirector de Radio UNAM, ha reconocido al respecto, -

que: "a lo largo de sus últimos años la estación se ha vuelto muy elitista porque la música culta no es accesible a todo tipo de público. No podemos descuidar nuestra tradición de seriedad. Representamos a una institución con enorme peso. Para programas más informales está Radio Educación". Pese a estas declaraciones, Pablo Latapi reconoce también, que la estación debe involucrarse más en los problemas actuales de nuestra sociedad. [23]

Con respecto a Radio Educación, esta puede ser definida como lo hiciera su exdirector, Miguel Angel Granados Chapa, "es una emisora-cultural, que incluye entre su programación algunos programas educativos, pero estos constituyen sólo una mínima parte de su hacer radiofónico, la estación no es estrictamente hablando una radio -- educativa; no es una frecuencia dedicada a la difusión de programas escolares para la consecución de algún grado". [24]

Sin embargo, es importante señalar que Radio Educación si nació -- con fines educativos, pues, cuando en 1924 sale al aire como la -- primera difusora educativa del país, la programación de entonces -- "parecía seguir el proyecto de los gobiernos obregonistas y callis-- ta para que la gente aprendiera a hacer, a trabajar y a desarro-- llar sus conocimientos y aptitudes prácticas". [25]

Aunque es importante reconocer que las autoridades educativas mexi-- canas se percataron de la trascendencia que en la difusión cultu-- ral llegarla a tener la radiodifusión, hay que hacer notar también, que Radio Educación no conoció un desarrollo semejante al que tuvo la radiodifusión comercial. Por el contrario, mientras se acrecen-- taba el sistema concesionario, las emisiones culturales y gubernamentales fueron disminuyendo en importancia, así muy poco tiempo -- después de iniciadas sus operaciones, Radio Educación las suspen-- dió, volvió a iniciarlas en los primeros años de la década de los treinta y al terminar su mandato el general Lázaro Cárdenas, en -- 1940, la emisora cesa sus actividades. Hubo que esperar que transcurrieran 27 años, hasta que en 1967 se reabrió la estación con un transmisor de 1,000 watts de potencia, pero fallas técnicas en la antena improvisada quemaron el transmisor y las emisiones quedaron

retrasadas hasta el año siguiente en que se comenzó a difundir en - los 1,060 kilohertz del cuadrante.

Según apunta José Antonio Alvarez Lima; "en esos tiempos, las trans misiones de Radio Educación eran sumamente deficientes, habla diffi cultades enormes en la sintonía y se carecía de locutores. El hora rio de emisiones era discontinuo y se ceñía a los horarios burocrá- ticos de la propia Secretaría de Educación Pública: de 7 de la mañna na a las 2 de la tarde, y de 6 de la tarde a las 10 de la noche. -- (26)

Cuando por fin se dispuso de suficiente equipo y locutores, la emiso ra empezó la identificación como XEEP, Radio Educación, poco tiempo después, la estación pasó a formar parte de la Dirección General de Educación Audiovisual y fue cuando se pensó en la conveniencia de - construir un edificio adecuado a las necesidades de la emisora, al mismo tiempo que se estableció un horario continuo de transmisiones.

La idea de que Radio Educación fuera una extensión de radio prima- ria, hizo que los programas transmitidos fueran simples transcrip- ciones de los libros de texto gratuito, las cuales se mezclaron con diversos géneros musicales.

En 1976 se inauguró el edificio ubicado en Angel Urraza No. 622, -- donde actualmente se localiza la emisora que opera en los 1,060 ki- loHertz, con una potencia autorizada de 50 mil watts y en onda cor- ta con 1,000 watts. Su alcance es mediano, cubre principalmente el Valle de México, es decir el Distrito Federal y una media docena de estados circunvecinos. Eventualmente su cobertura se amplía cuando se enlaza con las difusoras culturales que operan en el interior -- del país; éstas difusoras generalmente pertenecen a las universida- des estatales y en menor grado a las estaciones de los gobiernos de los estados, como ocurre con los tres noticiarios que produce la es tación, a los cuales se encadenan 32 difusoras del país.

Sus 19 horas de programación están agrupadas en barras de contenido diverso:

en la madrugada está la barra campesina; en la mañana se encuentra la barra infantil y de mujeres; por la tarde se transmite la barra juvenil; en la noche se difunden series de análisis, y a la media noche intenta captar a los desvelados. En conjunto, aproximadamente el 60% de la programación consiste en música, del género popular principalmente, el porcentaje restante corresponde a programas hablados, entre los que se incluye los radioteatros, los noticieros y los de análisis y comentarios.

Los proyectos de Radio Educación también contemplan la capacitación técnica y de producción para el personal de las radiodifusoras del interior del país, para descentralizar la información hacia provincia y aumentar los intercambios de programas con las radiodifusoras estatales. (27)

Y haciendo un análisis retrospectivo sobre la radiodifusión gubernamental, se debe dar especial importancia a la política que el Estado Mexicano dió a este medio de difusión en la época cardenista, pues es en este período donde se acentúa el papel político de la radiodifusión como divulgador eficaz de una ideología.

La relevancia política de la actividad radiofónica a lo largo del régimen de Lázaro Cárdenas se expresó en un conjunto de acciones llevadas a cabo por el Estado Mexicano, que no sólo interviene regulando y definiendo el contenido de los mensajes radiofónicos, sino que también participa elaborando sus propios mensajes; los términos en que se efectúa esta participación y el alcance que logra, permiten hablar de una confrontación del Estado Mexicano en tanto emisor de la radiodifusión.

En el período cardenista, las cadenas de estaciones experimentaron una intensa expansión, lo que trajo consigo que la radiodifusión adquiriera una creciente importancia política en la sociedad mexicana, aunado al reestablecimiento que de su función hegemónica que rla lograr el Estado surgido de la revolución, convirtieron en un imperativo la recuperación del consenso de las masas populares, objetivo que ocupó uno de los lugares principales en el programa político gubernamental. De aquí, que una más amplia intervención --

del Estado en la radiodifusión como emisor de mensajes se manifiesta en una mayor participación en este medio de difusión.

Desde el inicio de la gira electoral del general Cárdenas, la radio difusión se encontró presente apoyando los postulados y las acciones del candidato; la XEFO, estación del Partido Nacional Revolucionario, es la emisora que escoltará con sus micrófonos al candidato presidencial a lo largo de su recorrido por el territorio nacional. La intensa labor de propaganda que efectuó dicha estación, no se circunscribe al período electoral, sino que permanece durante todo el régimen.

Así tenemos que desde el 26 de junio de 1935, la dirección del partido, acordó dotar de aparatos de radio a varias comunidades, municipios y poblados que dispusieran de electricidad, con el fin de vigorizar la difusión del programa de reformas del cardenismo. Con tal objetivo, el gobierno de Cárdenas no escatimó esfuerzos para alcanzar una mayor eficacia y utilizó todos los medios de que disponía. "En este sentido, el 16 de mayo de 1935, el Partido Nacional Revolucionario convocó a la prensa a fin de mostrar a los periodistas un equipo de televisión que el partido pensaba adquirir para promover la difusión cultural". [28]

Sin embargo, y no obstante los esfuerzos del PNR, tendrían que pasar quince años, antes de que la televisión llegara a México, promo vida no por los intereses del partido oficial sino por los concesionarios privados.

La actuación del Estado como emisor en la radiodifusión no se limitó a optimizar el funcionamiento de la emisora del partido, el gobierno de Lázaro Cárdenas contó también con la estación de la Secretaría de Educación Pública, y funda nuevas estaciones a fin de acrecentar la eficacia política de la propaganda estatal.

En 1938, las emisoras de Durango, San Luis Potosí y Tamaulipas, engrosan la filas de la radiodifusión oficial. Dos años después, el 1° de enero de 1940, se crea el Departamento de Radio de la Secretaría de Gobernación, y con el dos nuevas radiodifusoras gubernamenta

les dan comienzo a sus transmisiones: la XEDP que opera en onda larga, con una frecuencia de 1,080 kilohertz, y la XEXA de onda corta, en 6,175 kilohertz. Además de la operación de estas dos estaciones, este organismo queda a cargo de la producción de la "Hora Nacional", programa radiofónico de información sobre las actividades gubernamentales y que todavía se transmite en cadena con todas las estaciones de la República. "Para fines de 1940, en la Secretaría de Gobernación se hablan producido y difundido 34 programas de la "Hora Nacional", 4885 programas de diversas dependencias del Ejecutivo, 392 noticiarios radiofónicos y 60 transmisiones especiales". (29)

"Comprendo, como dije al principio de mi campaña política, afirmaba Cárdenas en su discurso de toma de posesión como presidente de la República, que sólo una consciente estimación de los grandes problemas nacionales por parte del pueblo y una íntima unión del gobernante con la nación, pueden constituir el secreto del éxito, y deseo aclarar en estos momentos que, para conservar el contacto con los ciudadanos, el lazo de unión y la fuerza de opinión que me permite conducir al país por un sendero de adelanto y tranquilidad, estableceré una hora fija diariamente para que mediante la radio o un hilo telegráfico directo a las dependencias presidenciales, me dirijan los ciudadanos o las agrupaciones sus quejas, sus necesidades, sus conflictos, y así poder concurrir en su auxilio, solidarizándome con su situación". (30)

La participación del Estado en la radiodifusión privada, no queda tan sólo plasmada en los discursos presidenciales, el gobierno cardenista, lleva a cabo la realización de sus intereses recurriendo a una de sus funciones: la legislativa. El 27 de marzo de 1935, Lázaro Cárdenas promulga un Decreto que adiciona El Reglamento para el Establecimiento y Operación de las Estaciones Radiodifusoras y Radioexperimentales en el que se afirma que: "Una de las formas más eficaces para propagar la enseñanza la constituye la radiodifusión" (31) para más adelante establecer: "Los beneficiarios están obligados a transmitir gratuitamente y de preferencia: los boletines de propaganda higiénica que les proporcione el Departamento de Salubri

dad Pública. Estas transmisiones se harán diariamente durante diez minutos, y la hora de difusión se fijará por el Departamento de Salubridad Pública oyendo previamente al concesionario de la estación" (32)

Un año más tarde, en el Reglamento de las Estaciones Radioeléctricas Comerciales, Culturales, de Experimentación Científica y de Aficionados, publicado en el Diario Oficial el 30 de diciembre de 1936, el Estado instituye como una obligación más para los radiodifusores privados, la transmisión de "los boletines, circulares, noticias, temas, etc. de las diversas dependencias del Gobierno Federal, que sean de interés público, el Reglamento añade: "para estas transmisiones se destinarán treinta minutos diariamente, fijándose la hora de transmisión, oyendo previamente el concesionario o permisionario. En caso de transmisión de noticias de trascendencia para la nación, a juicio de la Secretaría de Comunicaciones, los concesionarios y permisionarios estarán obligados a encadenar sus estaciones". (33)

Es así, que mediante estos decretos, el gobierno cardenista instituye sus tribunas en la radiodifusión privada, al revestir estas normas jurídicas un carácter obligatorio para los concesionarios; el Estado además de legalizar su participación como emisor, la define y asegura al determinar sus mensajes como de "interés público", con lo cual también pretende diferenciar, para el auditorio de este medio, su actuación de aquella que llevan a cabo los concesionarios privados. El Estado emisor, aparece entonces sustentando en la difusión de sus mensajes un interés distinto al de los radiodifusores privados, lo que posibilita la legitimación de sus funciones ante el resto de la sociedad y la conformación de un consenso.

Las tribunas del Estado en la radiodifusión privada en el cardenismo, forman parte de la estrategia política, que le permita difundir una imagen propia y al mismo tiempo, fortalecer su autonomía. La importancia que reviste la participación del Estado en la difusión radiofónica no sólo radica en la ampliación de los foros estatales, sino en el hecho de quedar institucionalizada la actuación del Estado como emisor.

El 31 de diciembre de 1936, el Diario Oficial publica un Decreto en el cual el Poder Ejecutivo obtiene facultadas, entre otras cosas, - para reformar la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado; ese mismo día, también en el Diario Oficial, aparecen los resultados -- que devinieron de esta resolución, creándose el Departamento de Publicidad y Propaganda.

La creación de este nuevo organismo, obedece, según las palabras -- del propio Cárdenas: "a satisfacer la necesidad de orientar la opinión pública, con la exposición oportuna de los hechos que realiza el Estado y de hacer conocer en todos sus aspectos la política revolucionaria del gobierno, tendiendo a evitar las interpretaciones -- equivocadas de los propios actos del régimen". (34)

El 10 de julio de 1937, el Departamento de Publicidad y Propaganda, cambia su denominación a Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad, asentando así su calidad de organismo independiente de las demás instituciones estatales.

La creación en la administración pública de un organismo encargado de llevar a cabo las actividades del Estado como emisor y de centralizar la información y los mensajes que difunden los diferentes aparatos de difusión masiva de carácter oficial, manifiesta la impor--tancia que reviste durante este período la participación del Estado en la conformación de la conciencia social.

Otra función que asume este organismo creado por Cárdenas, es la dirección y administración de las estaciones radiodifusoras de cardeter oficial, concentrando y unificando la propaganda que difunde el gobierno a través de este medio de difusión. Las facultades que se le otorgan al DAPP, asimismo, abarcan la supervisión y la reglamenta--ción de la propaganda y publicidad que difunden las emisoras comerciales y culturales establecidas en la República, y a través de este organismo se canaliza también la información oficial a la prensa nacional y extranjera, a las agencias noticiosas, a las autoridades civiles y militares, e inclusive a los embajadores de México en el extranjero. El DAPP, es también el encargado de autorizar la --

exhibición de películas cinematográficas en las distintas salas de la República, su exportación y facultado también para producir sus propios filmes (35). Al concentrar y unificar la información gubernamental, el DAPP se constituye en un organismo de control político tanto al interior como al exterior del aparato del gobierno.

De este modo, aunque el gobierno de Cárdenas instituye, con carácter obligatorio sus primeras tribunas en este medio de difusión, - no deja de reconocer a la actividad radiofónica como una actividad privada, en la que el producto de la venta del tiempo de transmisión pertenece a sus concesionarios, y en este sentido, en los Reglamentos mencionados, se apunta que la hora de difusión de los mensajes estatales será fijada oyendo previamente al concesionario de la estación, es decir, que no obstante el interés político del Estado por la radiodifusión, este no interfiere con la rentabilidad de las empresas radiofónicas, ni con el desarrollo de sus intereses privados.

La institucionalización de las funciones del Estado como organizador y unificador de la ideología en la sociedad mexicana, constituye la premisa para que en otra parte del Reglamento de 1936, se establezcan, con carácter obligatorio, las siguientes recomendaciones para el contenido de los mensajes que difunden las emisoras privadas: "Todo programa radiofónico deberá contener por lo menos un 25% de música típicamente mexicana y para las estaciones radiofónicas comerciales ubicadas en zonas fronterizas del país, es obligatorio incluir en sus transmisiones temas culturales o artísticos "netamente mexicanos"; finalmente el Reglamento prohíbe a los concesionarios transmitir piezas musicales que "tiendan a degenerar la cultura artística popular". (36)

La presencia de estos ordenamientos jurídicos, destinados a regular el contenido de los mensajes radiofónicos, manifiesta no sólo la necesidad política del gobierno cardenista por unificar la ideología que difundían a través de sus mensajes las radiodifusoras, - sino también imprimirle un sentido, una dirección acorde a las nuevas formas de dominación política que adopta su programa de gobier

no.

Para el 30 de diciembre de 1939, a través de la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado, el gobierno de Cárdenas establece que la Secretaría de Gobernación asuma la dirección y administración de las radiodifusoras oficiales y el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad pasa a formar parte de la Dirección General de Información de dicha Secretaría, después de haber funcionado durante tres años bajo la vigilancia directa y formal del Presidente de la República.

La desaparición de este organismo gubernamental especializado en las actividades que llevó a cabo el Estado para la conformación de la conciencia social, y el que sus funciones hayan sido integradas a una Secretaría de Estado, manifiesta que una vez consolidado el Estado Mexicano, para éste disminuye la relevancia política que en un momento dado tuvieron sus actividades como emisor. Esto no quiere decir que el Estado dejarla de participar a través de sus tribunas en la función política que llevan a cabo los medios de difusión, sino que esta participación en el programa de dominio del Estado deja de ocupar un lugar prioritario. (37)

Después de ser anunciada en el penúltimo informe de gobierno del presidente Cárdenas, la tercera Ley de Vías Generales de Comunicación entra en vigor el 30 de diciembre de 1939, fecha en la que se publica en el Diario Oficial. No obstante que este cuerpo jurídico no está dirigido a regular exclusivamente la actividad radiofónica, la incluye en su contenido. Entre las aportaciones más significativas de esta Ley, se puede mencionar la disposición mediante la cual las estaciones radiodifusoras podían gozar de las franquicias para la importación, libre de pago de impuestos, de equipo, refacciones y accesorios. Esto representó un cambio radical respecto a lo que indicaban las anteriores leyes de la materia, las cuales establecían que las estaciones culturales y comerciales no eran de utilidad pública, por lo que no disfrutaban de las franquicias que la ley concede a las demás vías generales de comunicación.

En esta tercera Ley de Vías Generales de Comunicación, también se -

establece que para el estudio de los problemas de la radiodifusión comercial y la debida marcha de las estaciones, se crearla una Comisión Consultiva compuesta por cinco miembros, tres de ellos designados por la Secretaría de Comunicaciones. En pocas palabras, el Estado creaba un canal definido de negociación en el que estarlan representados tanto los intereses estatales como los privados de la actividad radiofónica.

Con el establecimiento de la Comisión Consultiva, primer antecedente de lo que décadas más tarde sería el Consejo Nacional de Radio y Televisión, se institucionaliza un mecanismo de negociación que tendria como objetivo conciliar y unificar los intereses del Estado y los radiodifusores privados. Por consiguiente, el establecimiento de este organismo acentúa también el carácter permanente de la alianza que mantiene el Estado y los concesionarios, al abrir nuevas posibilidades para su conformación, ya que en el se atenderla tanto a las necesidades que experimenta la radiodifusión privada en su desarrollo como a las que enfrenta en un momento dado el Estado para llevar a cabo el ejercicio del poder político.

Si se hace un análisis de lo hasta ahora expuesto, se podrá observar, que la radio educativa y cultural en nuestro país, se ha desarrollado en una atmósfera general de desconocimiento del medio y de sus posibilidades educativas y culturales. Cualquier estudio sobre la radio educativa en México debe partir del reconocimiento de su carácter marginal, pues mientras la radiodifusión comercial ha logrado expandir sus instalaciones, aumentar la potencia de sus equipos y reproducir sus ganancias, la radio educativa y cultural debió conformarse con los escasos recursos humanos, técnicos y financieros que le han permitido subsistir.

La acción superestructural que a través de este medio de difusión se realiza entre los distintos sectores sociales, está profundamente determinada por el carácter de clase que le corresponde. Debido a esto, los estratos sociales que tienen acceso político sobre los mismos, los emplean como instrumento de realización de sus políticas, como una vía de ampliación de sus intereses de clase. Al igual

que la televisión, la radio ha sido un instrumento vinculado y subordinado a las directrices y tendencias de las fracciones de clase que los sostienen, ya sea el estrato gobernante o capital privado. Los canales de difusión de masas, son instancias sociales que obran dentro de contextos históricos determinados, a partir de los cuales se manifiesta la totalidad del sistema en sus distintas fases y necesidades, siguiendo la dinámica histórica del momento.

La regulación de los canales de difusión masiva, no se realiza en el mismo grado, intensidad y forma en todos los períodos de la formación social mexicana. Varía esencialmente en función a la correlación de fuerzas económicas, políticas y culturales que se establecen al interior y exterior del conjunto del sistema social. Por ello constatamos que a mayor crisis social, mayor sujeción de los medios y del conjunto de establecimientos culturales; y según los requerimientos estructurales, los aparatos de transmisión colectiva, en mayor o menor grado, participan en la defensa y reproducción ideológica del proyecto de desarrollo que implementan las fracciones de clase que constituyen el bloque en el poder y cuyo principal ejecutor es el Estado.

El Estado Mexicano, con el objeto de ocultar y legitimar el carácter hegemónico de los aparatos de difusión intervenidos por la clase en el poder, recurre a una estrategia de representación idealista que los muestra ante las masas, como instituciones neutras y apolíticas con funciones "educativo-culturales", como si efectuaran sus funciones ideológicas al margen de los intereses de la clase que los detenta.

Resumiendo un poco la etapa constituida por los gobiernos de Avila Camacho, Alemán, Ruiz Cortines y López Mateos, en materia de radio-difusión, podría mencionarse que en este período se promulgan ordenamientos que facilitan la consolidación del control de los grupos privados sobre los medios de difusión. En general, esto se debe a un debilitamiento del Estado en materia de comunicación, la ausencia de una política definida al respecto y a la desvinculación de los aparatos masivos de la educación y la cultura.

Es en este lapso, donde son sancionadas las leyes en que ahora se basa la legislación vigente. Pero un importante elemento es modificado: la noción de servicio público se convierte en actividad de interés social, con la Ley Federal de Radio y Televisión en 1960. Este ordenamiento jurídico, atribuye facultades en la materia a cuatro Secretarías de Estado, de las cuales sólo dos cuentan con reglamento: El de la Secretaría de Gobernación, expedido en 1973 y el de la Secretaría de Salubridad y Asistencia, expedido en 1974. La tardanza, de 13 y 14 años respectivamente, es superada por las Secretarías de Comunicaciones y Educación, las que a la fecha aún no han promulgado sus respectivos reglamentos.

Los artículos que de una u otra manera se relacionan con actividades de tipo cultural o educativo son los siguientes: el artículo 59, que establece que las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de 30 minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social. El Ejecutivo Federal será el encargado de señalar la dependencia que proporcione el material para el uso de dicho tiempo y las emisoras serán coordinadas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión; el artículo 63, prohíbe las transmisiones que causen corrupción en el lenguaje y sea "contrario a las buenas costumbres", ya sea mediante expresiones maliciosas, palabras o imágenes procaces, frases y escenas de doble sentido, apología de la violencia o del crimen; al mismo tiempo que también prohíbe todo aquello que sea denigrante u ofensivo para el culto cívico de los héroes y para las creencias religiosas, o discriminatorias de las razas, así como el empleo de recursos de baja comicidad y sonidos ofensivos; el artículo 73 apunta que las difusoras deberán aprovechar y estimar los valores artísticos, locales nacionales y las expresiones del arte mexicano, dedicando como programación viva el mínimo que en cada caso fije la Secretaría de Gobernación de acuerdo con las peculiaridades de las difusoras y oyendo la opinión del Consejo Nacional de Radio y Televisión; en su artículo 77, la Ley Federal de Radio y Televisión, apunta que las transmisiones de radio y televisión incluirán en su programación diaria información sobre acontecimientos de carácter

político, social, cultural, deportivo y otros asuntos de interés general nacionales o internacionales; con respecto a las escuelas radiofónicas, el artículo 81, establece que estas constituyen un sistema de estaciones receptoras especiales para los fines de extensión de la educación pública, en los aspectos de difusión cultural, instrucción técnica, industrial, agrícola, alfabetización y orientación. La transmisión y la recepción de las escuelas radiofónicas, agrega el artículo 82, estarán regidas por las disposiciones que sobre la materia dicte la Secretaría de Educación Pública, la cual será la encargada de seleccionar al personal especializado, profesores, locutores y técnicos que participen en este tipo de programas. Los ayuntamientos, sindicatos, comunidades agrarias y cualesquiera otras organizaciones que se inscriban en este sistema, establece el artículo 83, tendrán la obligación de instalar en sitios adecuados, el número de receptores que satisfagan las necesidades de cada comunidad.

Con respecto a estos tres últimos artículos, Radl Cremoux, acertadamente pregunta "¿Con qué presupuesto cuentan estas estaciones? ¿Qué alcance tienen? ¿A qué gente llegan y con qué efectos? ¿A qué resultados han llegado?" (38).

Finalmente, los artículos 90 y 91, nos hablan de la creación de un nuevo organismo dependiente de la Secretaría de Gobernación denominado Consejo Nacional de Radio y Televisión, integrado por un representante de dicha Secretaría, que fungirá como presidente, uno de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, otro de la Educación Pública, otro de la de Salubridad y Asistencia, dos de la Industria de Radio y Televisión y dos de los trabajadores; la principal atribución que se le asigna a dicho Consejo, es elevar el nivel moral, cultural, artístico y social del contenido de las transmisiones.

Un balance sobre estos pronunciamientos que sólo se refieren a puntos relacionados con aspectos educativos o culturales, pueden dar un panorama de lo que en términos generales representó la Ley Federal de Radio y Televisión.

En 1969, al dictarse el decreto que pretendía establecer un 25% de impuesto a las estaciones de radio y televisión (o bien estas depositarían 49% de sus acciones en empresas de financiamiento estatal) este se traduce, como resultado de la oposición privada, en una "cesión" al Estado de 12.5% del tiempo de transmisión (cuya capacidad para cubrirlo si bien se ha acrecentado, en ese entonces era mínima)

Estos dos intentos legislativos, al igual que el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión que fue promulgado en 1973, son muestra de las dificultades que el Estado ha enfrentado para utilizar la legislación como instrumento de regulación de las actividades radiofónicas privadas.

El proceso iniciado con la Ley del 60 no concluyó satisfactoriamente. Nuevamente queda de manifiesto la incapacidad del Estado en esta materia, al utilizar la facultad legislativa con el objeto de -- constituirse en el órgano rector en el área y al quedar nuevamente interrumpida la indispensable democratización de los medios fomentando el acceso de grupos sociales más amplios.

El conjunto de ordenamientos jurídicos que rigen actualmente la comunicación social, se crean en su mayor parte, en función de necesidades inmediatas, lo que genera disposiciones sustancialmente distintas, en ocasiones antagónicas, como producto de las diferentes actitudes del Estado de un período presidencial a otro. Con ello, lo que pudo ser eficaz instrumento para regular la comunicación social, integrando los medios a la cultura y la educación propiciando el acceso democrático a ellos y estableciendo límites a la penetración cultural, se convirtió en un conjunto de disposiciones que legalizan la actuación de los grupos privados.

En las leyes y reglamentos promulgados por el Estado Mexicano que se han analizado hasta 1960, se pudo observar, la prohibición a la transmisión de mensajes con algún contenido político. Estas disposiciones desaparecen con la Ley promulgada en 1960, cuando los concesionarios exigieron al Estado garantizar la libre expresión de -- las ideas políticas. Este beneficio legal, sin embargo, no alcanzó a las clases populares, pues al mismo tiempo que los radiodifusores

conseguían las disposiciones mencionadas, lograron que la radiodifusión dejara de ser "un servicio público" y pasara a ser considerada por la ley como "una actividad de interés público", con lo cual se aseguraron la facultad legal de elegir a quien prestar los servicios de las estaciones. Al respecto, Fátima Fernández apunta que, "Las disposiciones jurídicas contenidas en los anales de la legislación sobre radio y televisión son en su casi totalidad, disposiciones de tipo técnico y facultativo... el Estado, sólo ha ejercido un papel de administrador y de representante de los intereses de los industriales". (39)

El 24 de noviembre de 1964 es inaugurado por el entonces presidente de la República, Adolfo López Mateos, el Consejo Nacional de la Publicidad, el cual, definido como una Asociación Civil, no lucrativa, formada voluntariamente por los sectores de la Publicidad Mexicana tendrá por objetivo "aplicar las técnicas y medios de comunicación social, a efecto de motivar la participación de los grupos que integran la sociedad mexicana, hacia el logro del desarrollo nacional". (40) Sin embargo, las campañas nacionales promovidas por dicha asociación, disfrazadas como de "servicio social", sólo tuvieron como objetivo distraer a las grandes mayorías de los verdaderos problemas nacionales. Entre las campañas que "en servicio de los más altos intereses de México" llevó a cabo ese consejo, figuran: "la cívica del voto y del empadronamiento"; "operación buena voluntad México-Estados Unidos"; Pre y post olímpico, "Campeonato Mundial de Fútbol", "Ponga la basura en su lugar" y "no desperdicie el agua". Otra parte de las campañas promovidas por la asociación, según afirma Bernal Shagún. "fueron usadas para mediatizar al pueblo mediante la divulgación de desfiles, informes presidenciales y secretariales, paradas militares y deportivas; para mostrar lo poderoso que son -- los gobiernos revolucionarios y la fidelidad absoluta del ejército y la burocracia que los respaldan". (41)

En el periodo de Echeverría, la radiodifusión es fundamentalmente legislada en materia publicitaria, después de que habla sido precisamente en este periodo donde más críticas se hablan hecho a los -- concesionarios de los medios electrónicos por sus prácticas publici

tarias. Contradictoriamente a las medidas adoptadas, el presidente Echeverría habla expresado que "Necesitamos que quienes dirigen -- los medios de difusión, -- los que entran ya en todos los hogares --- prácticamente- entiendan que el propio porvenir de la economía dentro de la cual trabajan quienes patrocinan publicidad y programas, está vinculado a las grandes concepciones de nuestro pueblo, que -- por su propio interés, tendremos que hacer, dentro del ámbito de -- libertades de México una labor de armonía para que la educación escolar y la educación extraescolar, que tanto influye en los adultos y los menores, en los hogares y en la vida pública encuentran el camino de la armonización que lleva nuestro pueblo a niveles superiores de cultura" [42].

A este esfuerzo por encontrar la armonía entre programas de radio y televisión, y la "educación extraescolar", se responde con el Decreto publicado en el Diario Oficial del 31 de agosto de 1971, mediante el cual se crea el Centro para el Estudio de Medios y Procedimientos Avanzados de la Educación, cuyos objetivos serían: Fomentar, planear, coordinar y controlar la educación extraescolar, Programar la investigación y experimentación educacional del país; y asesorar a los organismos o instituciones con funciones semejantes.

Como parte de la política que en materia "educativa" intentó hacer el Estado, el 15 de marzo de 1972, el gobierno de Echeverría adquiere el canal 13 de televisión capitalina, después de que sus antiguos concesionarios, propietarios también de la Organización Radio Centro (XEAI, XEQR, XECRC, XEJD, y XELZ) venden sus acciones a la Sociedad Mexicana de Crédito Industrial, quien actúa como institución fiduciaria.

Al mismo tiempo, el 21 de marzo de 1972, se pone en marcha el Plan para el Desarrollo de la Televisión Rural.

Durante este período, continuaron los proyectos, las reglamentaciones y los discursos y las presiones y las críticas, pero el resultado fue un sistema de operación de medios masivos acorde a las necesidades del capitalismo, pero ahora con la modalidad de contar -

con medios estatales, sirviendo también a los intereses privados para promover sus mercancías (43).

Una vez más, quedó comprobado que sin la cooperación de los medios de difusión, los cambios en los sistemas de enseñanza no tenían ni un solo objeto, que mientras no se regule el contenido de los mensajes, ninguna reforma educativa, por buena que sea, podrá satisfacer las necesidades educativas del país. Pero también quedó ampliamente demostrada la fuerza de los empresarios privados de radio y televisión, al obstaculizar completamente las reformas que en materia educativa y de medios de difusión quiso emprender el Estado.

Este triunfo empresarial fue posible, no sólo gracias a la unidad y organización de los industriales de radio y televisión, sino a la desorganización e inexistencia de un plan por parte del sector gubernamental en el sector, lo que se manifestó en la multiplicidad de dependencias y organismos encargados de regular, administrar y vigilar los medios de difusión. La política informativa del Presidente Echeverría se realizó y delineó sobre la marcha, no existió un proyecto establecido, aunque sí un interés especial de este gobierno por los medios de difusión.

Al asumir la presidencia López Portillo, las funciones administrativas y de producción de los medios estatales, al igual que la supervisión de los medios concesionarios, se encuentran a cargo de seis Secretarías de Estado: la de Gobernación, que se encargaba de vigilar el contenido de las transmisiones comerciales y de coordinar la programación estatal; la de Comunicaciones y Transportes, autorizada para otorgar concesiones a particulares y para producir y difundir las transmisiones gubernamentales; la de Hacienda y Crédito Público, dedicada a cobrar diversos impuestos a los concesionarios, pagaderos en dinero o en tiempo de transmisión; la de Educación Pública, capacitada para extender certificados de aptitud a locutores, para manejar las escuelas radiofónicas, el canal 11 y Radio Educación; - Salubridad y Asistencia, dedicada a autorizar la publicidad comercial y a participar, al igual que las cuatro Secretarías arriba mencionadas, en la Comisión de Radiodifusión, creada para aprovechar -

el tiempo estatal en los canales privados; y la de Trabajo y Previsión Social, como productora de programas de televisión a través -- del Consejo Nacional de Cultura para los Trabajadores, en asocia-- ción con el Congreso del Trabajo.

Las dos primeras secretarías operaron hasta 1976 como las más impor-- tantes. Sus funciones se encontraban respaldadas por disposiciones jurídicas emitidas a través de varios gobiernos en situaciones de -- coyuntura, pero en donde existía duplicidad de funciones y pérdidas de recursos, por lo que la Reforma Administrativa de López Portillo intentó corregir dicha situación. Así, mediante la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, la Secretaría de Gobernación fue la más privilegiada definiendo con ello a los medios de difusión -- únicamente como instancias políticas e ignorando sus potencialida-- des como medios de educación y cultura; dicha Secretaría, queda fa-- cultada para vigilar la aplicación de las normas de funcionamiento y programación, así como supervisa y da autorización en todo lo re-- lacionado con los medios. Coordina, asimismo, la mayoría de recur-- sos estatales en el área; la Secretaría de Programación y Presupues-- to, fue elegida para controlar y vigilar financieramente la opera-- ción de los organismos descentralizados, instituciones, corporacio-- nes y empresas que manejen, posean y exploten bienes y recursos na-- turales de la nación; a la Secretaría de Comunicaciones y Transpor-- tes se le asignó la tarea de concesionar y vigilar el cumplimiento de las normas técnicas de radio, televisión y telecomunicaciones, -- además de prestar algunos de estos servicios; los derechos de autor y la producción editorial destinada al fomento de la cultura, así -- como la supervisión de la publicidad de alimentos, bebidas y medica-- mentos caen en el ámbito de actividad de la SEP y la SSA, respecti-- vamente.

El orden jurídico actual en materia de comunicación está constitui-- do por una serie de disposiciones de carácter y funciones diferen-- ciadas: técnicas, tarifarias y fiscales, para el régimen de conce-- siones; y designación de facultades estatales y regulatorias (limi-- tativas y organizativas en cuestiones de dominio, aprovechamiento, función y uso) estructura financiera, operación técnica, programa--

ción y que además asigna funciones de coordinación y vigilancia al Estado.

Estas escasas normas jurídicas elaboradas por el Estado han tenido un carácter coyuntural, o se promulgan para hacer recomendaciones a los concesionarios, o para enmendar errores legislativos de la misma élite política. Además, resulta claro que frente a la incapacidad estatal para ejercer la función reguladora, este enfrenta, en consecuencia, una peor incapacidad; la de vigilar y administrar los confusos y escasos intentos jurídicos en el área, pues frente a cada supuesto jurídico surgen grandes interrogantes en la realidad comunicativa cotidiana, la que se enfrenta a violaciones permanentes a este cuerpo jurídico.

En 1977, el juego de fuerzas políticas que buscaban la modificación de la Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales (LOPPE), exigían fundamentalmente el acceso a la participación permanente en la radio y la televisión, por ello, el Presidente López Portillo envió la iniciativa que modificarla los artículos constitucionales que dieron paso a la Reforma Política.

El derecho a la Información fue interpretada sólo refiriéndose a su ejercicio por los partidos políticos. Así, fue aprobada la reforma constitucional respectiva, que se tradujo en modificaciones a los artículos 6° y 41°. Al primero se le agregó: "El derecho a la información será garantizado por el Estado", y al segundo se le introdujo el párrafo que dice: "Los partidos políticos tendrán derecho al uso en forma permanente en los medios de comunicación social, de acuerdo a las formas y procedimientos que establezca la Ley". Esta ley es la de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales, en cuya exposición de motivos se lee lo siguiente: "... se prevé que los partidos contarán de manera permanente y en forma equitativa mensual, con tiempo en la radio y la televisión. Se establece que los partidos determinarán libremente el contenido de sus programas, los cuales podrán ser de carácter informativo, de esparcimiento, de difusión, de tesis, ideas y programas, o si así lo desean, podrán también tener un carácter mixto".

En su artículo 49°, la LOPPE establece las siguientes prerrogativas para los partidos en relación al uso de medios electrónicos: a) para el uso permanente que los partidos políticos hagan de la radio y la televisión, la Comisión Federal Electoral será órgano de coordinación y la Comisión de Radiodifusión de producción técnica; b) del tiempo que por ley le corresponde al Estado en los canales de radio difusión cada uno de los partidos políticos dispondrá de una parte de dicho tiempo en forma equitativa y mensual en los términos de -- las normas que al efecto se dicten; c) los tiempos destinados a los partidos políticos tendrán preferencia en la programación que del -- tiempo estatal formula la Secretaría de Gobernación en la radiodifusión comercial, oficial y cultural; d) la duración de las transmisiones serán incrementadas en períodos electorales; e) las transmisiones serán siempre de cobertura nacional; en los períodos electorales tendrán además las modalidades que se contengan en el ordenamiento respectivo; f) la Comisión de Radiodifusión determinará las fechas, los canales, estaciones y los horarios de transmisión; g) -- la Comisión de Radiodifusión tendrá a su cargo los aspectos técnicos de la realización de los programas de radio y televisión y de -- las aperturas de los tiempos correspondientes; h) las transmisiones podrán estar integradas con el programa de un sólo partido o con -- los programas de varios o de todos los partidos; i) cada partido de -- terminará libremente el contenido de sus transmisiones... las cuales deberán apegarse a las disposiciones constitucionales y legales sobre la materia.

En adelante, la Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales, además de establecer el uso permanente de radio y televisión -- por parte de los partidos políticos, eleva a rango de Ley el Acuerdo Presidencial de 1969 por medio del cual se pagan los impuestos -- correspondientes a los servicios de interés público concesionados, con tiempo de transmisión; el 12.5% adquiere entonces un mayor rango jurídico.

El 4 de octubre de 1978, el Secretario de Gobernación, Jesús Reyes Heróles, hace público los lineamientos básicos que contendrá la men -- cionada reglamentación sobre el derecho a la información, rescatan-

do los lineamientos del "Plan Básico de Gobierno 1976-1982" elaborado por el PRI, el cual contemplaba la participación de varios sectores en los medios de difusión (44).

Once días después, la Secretaría de Gobernación convoca a audiencias públicas, las cuales se realizarían en la Comisión Federal Electoral para conocer la opinión de todos los sectores sobre la ley que reglamentaría el derecho a la información. Para el 16 de mayo de 1979 el Secretario de Gobernación, autor del proyecto para reglamentar este derecho, renuncia a la Secretaría a su cargo.

Por segunda vez, el 18 de septiembre de 1979, se convoca a la ciudadanía a expresarse sobre la ley que reglamentaría el derecho en cuestión. En esta ocasión, la convocatoria corre a cargo de la Cámara de Diputados.

Al terminar 1979 aún seguía pendiente la legislación al derecho a la información y a su futura utilización como instrumento de educación y cultura dentro de los medios de difusión; sin embargo, toda la polémica que se desató en esos meses sirvió para poder apreciar demandas importantes. La Confederación Obrera Revolucionaria, indicó al respecto, que el derecho a la información no era un patrimonio exclusivo de grupos reducidos y demandó facilidades para que el movimiento obrero organizado contara con un canal de televisión, una emisora de radio y un periódico, con el objetivo de tratar asuntos de importancia para la clase trabajadora.

Otro planteamiento significativo, lo constituyó el Congreso del Trabajo, al plantear en su Asamblea Nacional Ordinaria que para garantizar un mayor acceso de la población a una educación democrática y -- una cultura nacional, era necesario ampliar la intervención estatal -- en los medios de difusión masiva y proporcionar la participación a los trabajadores en su programa y operación.

Si bien algunos de los pronunciamientos obreros provienen de líderes sindicales vinculados al aparato estatal, no dejan de tener relevancia dichas propuestas, en el sentido de promover la participación de los trabajadores en los medios.

Los partidos políticos de oposición, también se expresaron al respecto, señalando que pugnarían por que estas organizaciones políticas, al igual que las de los trabajadores de la ciudad y del campo tuvieran acceso a la radio y la televisión y estos instrumentos coadyuven con las funciones formativas de la escuela.

Sin embargo, el Estado Mexicano no entendió que detrás de toda realidad que se refiere al marco regulador de las tareas de la comunicación social, se encuentra la urgente necesidad de afrontar el trabajo pendiente de definir una política nacional de comunicación social, que tenga como base una participación más amplia de todas las capas de la sociedad y que defina y realice los objetivos culturales y educativos que necesita el país.

El actual aparato educativo nacional opera en relación a una serie de medios de educación informal, capaces de fortalecerlo o de restarle eficacia. Es un hecho que el contenido que transmiten los medios de difusión de masas, dista mucho de estar relacionado con los objetivos de la educación formal, ya que está determinado por necesidades mercantiles que influyen en la calidad de los mensajes --- transmitidos. De ahí que exista un divorcio entre lo que se enseña en las aulas y lo que el educando percibe a través de los medios. -- Es por ello inexplicable el motivo por el cual el Estado ha reducido la participación de la Secretaría de Educación Pública a simples aspectos de promoción, cuando precisamente pensando en el potencial de los medios masivos como instrumentos educativos se le han asignado a dicha Secretaría una estación de radio y un canal de televi--- sión, que si bien no han penetrado ampliamente en las masas, si se alejan del patrón mercantil imperante.

En relación a la SEP, es pertinente señalar, que el 21 de abril de 1977 le fue retirada la facultad de examinar las publicaciones y revistas ilustradas, para declarar su licitud a través de una Comisión Calificadora que hoy controla la Secretaría de Gobernación. -- Con ello, las revistas e historietas, que antes eran consideradas como vehiculos educativos, son ahora objeto de interés de la Secretaría encargada de mantener el orden interno del país. Pareciera --

que el Estado Mexicano, al no lograr restarle fuerza al bloque empresarial por medio de su participación como emisor, buscará nuevos caminos no para obtener la hegemonía sobre la industria, sino para ejercer simplemente algún control político sobre ese grupo industrial.

La participación estatal en materia legislativa y de emisión de mensajes obedece a la satisfacción de sus necesidades de legitimación que aquejan al sistema político mexicano desde hace muchas décadas, eso también en verdad, pero el Estado Mexicano ha sido incapaz de comprender que los problemas de la comunicación de masas más que ser un problema de derecho lo es de poder, definir quien tiene el poder sobre la comunicación es el principal paso para definir los lineamientos de la educación y cultura nacionales. Cualquier proyecto o iniciativa que no concentre sus esfuerzos por recuperar los medios de difusión para fines educativos y culturales acabará aumentando el número de fracasos estatales en la materia.

El Estado necesita tener participación directa en la toma de decisiones sobre el contenido de los principales vehículos ideológicos con los que actualmente cuenta la sociedad, ya que además de influir en la educación y la cultura, resultan fundamentales para el ejercicio del poder político y la legitimación social de todo Estado. Sin embargo, una política informativa debe respetar también la pluralidad ideológica otorgándole canales de difusión no sólo a los partidos políticos, sino también a los sindicatos, a las asociaciones civiles, científicas y profesionales que deseen participar en los medios con el fin de ampliar nuestros horizontes educativos. En un país donde la lectura es una actividad poco practicada y se atiende con mayor frecuencia a los sonidos y a las imágenes los medios audiovisuales deben quedar bajo el control directo del aparato estatal, el cual debe garantizar el acceso a la educación a toda la sociedad.

Ya son muchas disposiciones legales resultado del desorden estatal en la materia, regulaciones y proyectos fallidos, que ignoran las legislaciones que les preceden; políticas informativas que varían por sexenios, pero que no afectan los intereses de los concesiona-

rios privados de radio y televisión y que no señalan formas concretas de participación a la sociedad civil, ni de elevar el nivel educativo de la población, ya es hora de tener medios de Estado y no del gobierno en turno, ya es tiempo de que estos instrumentos sean expresión de la clase trabajadora. El poder sobre los medios de difusión no es un problema de modernización o de ajuste de un sistema político, es antes que nada un punto fundamental para la construcción de una sociedad diferente, es un terreno en el que se reúnen educación, cultura y politización.

El Estado Mexicano ha juzgado hasta la fecha, que las inversiones en el campo de la comunicación educativa no son prioritarias, así, a lo largo de la historia de la radiodifusión, se encuentran casos completamente aislados sobre el empleo específico de la radiodifusión con fines educativos y los que han existido jamás han sido evaluados.

El Estado recuperó en 1979, debido a problemas económicos de sus propietarios, tres emisoras que pertenecían a la cadena Organización Radio Fórmula: XERPM, XEMP y la XEB, ésta última es una estación que se escucha en toda la República y transmite preferentemente música mexicana; la XEMP, Opus 710, es la estación cultural del Instituto de Radio y trata de difundir la música clásica en forma didáctica y la XERPM a partir del primero de enero de 1984 se convirtió en una radiodifusora infantil.

El Estado también maneja la XHOF FM, estereo joven, emisora juvenil que transmite un 70% de producción musical nacional y el 30% de música internacional y Radio México Internacional constituye una estación de onda corta dirigida al extranjero donde se pretende dar una imagen del folkllore, economía, cultura y turismo nacionales.

En cuanto al tiempo que le corresponde al Estado en las radiodifusoras comerciales, este ya se cubre en un 100% en el D.F., mientras que en provincia alcanza el 65%. (45)

Dentro de los proyectos del Instituto Mexicano de la Radio, se pondrá, según declaraciones de su director, especial atención a las ra

diodifusoras que se localizan en las zonas fronterizas, donde las transmisiones nacionales generalmente se cierran a las 18 horas y dejan el campo abierto a las estaciones de los países vecinos, para contrarrestar en lo posible la penetración cultural extranjera.

Al mismo tiempo, con el propósito de ampliar y mejorar la producción radiofónica el IMER, está estableciendo convenios de coproducción con la SEP, el INBA, el INAH, el CONACYT y Radio UNAM, así como algunos convenios internacionales con la Secretaría de Relaciones Exteriores con el fin de transmitir programas a otros países.

En el aspecto técnico, el IMER planea realizar algunas modificaciones para lograr una mayor cobertura: la XEB aumentará su potencia a cien mil watts, la XERTM a cincuenta mil y la XEMP a mil. También se intentará mejorar la calidad del sonido de la XEHO FM, que actualmente transmite con diez mil watts de potencia.

A pesar de estos intentos estatales por utilizar la radio como vehículo cultural, el panorama general de este instrumento es desolador. En un estudio realizado en este año, pueden advertirse los siguientes resultados:

De un total de 240 estaciones analizadas, el promedio de transmisión es de 15 horas 50 minutos; aunque dos de cada cinco trabajan 17 horas o más. Respecto a los anuncios no pagados del gobierno, se anuncian 4 dependencias en promedio en cada estación. El principal órgano anunciado es la Secretaría de Gobernación, el cual aparece en una de cada tres estaciones, le sigue la Secretaría de Salubridad y Asistencia y después la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos. En total, el tiempo dedicado a difundir este tipo de propaganda es de 65.8 horas diarias, con un promedio de tiempo de 22 minutos por cada emisora para propaganda gubernamental.

Respecto al tiempo empleado en la transmisión de programas educativos y culturales, se encontró que el 21% de las estaciones investigadas incluyen en su programación un promedio de media hora diaria por estación. Siete de cada diez estaciones no transmiten pro

gramas infantiles, y las que sí lo hacen sólo dedican a este género media hora diaria en promedio.

Respecto a los programas de comentarios, se encontró que tres cuartas partes de las estaciones no los emiten y las que sí lo hacen -- sólo dedican a este género media hora diaria en promedio.

Respecto a los programas de comentarios, se encontró que tres cuartas partes de las estaciones no los emiten y las que sí lo hacen -- transmiten un promedio de 48 minutos diarios.

En cuanto a la programación musical, en promedio cada estación ---- transmiten 10 horas 48 minutos al día.

En referencia a los géneros musicales el panorama actual es el siguiente:

Música Tropical. El 58% de las estaciones programan este género y cada estación le dedica un promedio de 15% de su tiempo.

Música norteaña. El 42% transmite este género y le dedica el 17% - de su programación.

Música ranchera. El 64% la transmite y le dedica casi la cuarta - parte de la programación musical.

Música moderna popular en español. La programa el 72% de las estaciones y se le dedica la tercera parte del tiempo musical.

Música moderna en inglés. El 50% la emite y se le dedica una quinta parte de la programación.

Música clásica y semiclásica. Únicamente la transmite el 15% de - las estaciones para dedicarle sólo el 8% de su programación musical.

Música moderna instrumental. La mitad de las estaciones la emiten y le dedican la décima parte de su programación musical.

Jazz y/o blues. Únicamente el 8% de las estaciones la transmiten y las que lo hacen, le dedican un promedio del 8%.

Música romántica mexicana actual. El 66% la emite y le dedica el 15% del tiempo de la programación musical.

Música romántica extranjera actual. El 33% la programa y le dedica el 13% de su tiempo.

Música mexicana antigua. El 14% la programa y cada estación le dedica el 12% de su tiempo musical.

Música antigua extranjera. Aparece en un 15% de las emisoras, -- mismas que le dedican el 8% de la programación musical.

Música folclórica latinoamericana. El 17% de las estaciones la -- programan y se le dedica un 5% del tiempo de programación.

Otras categorías que no corresponden a ninguno de los géneros anteriores, se transmiten en un 12% de las estaciones, las cuales le dedican el 20% de su tiempo de programación.

Esta desproporción crece si se atiende a la potencia y al alcance de las emisoras culturales, pues mientras las radiodifusoras comerciales están dispersas en todo el territorio nacional, las emisoras culturales han sido establecidas sólo en algunas partes del país y la limitación de sus instalaciones técnicas les impide tener una amplia cobertura. Hay un marcado desequilibrio regional en la distribución de las radiodifusoras, y esto es importante señalarlo para establecer cómo este instrumento de difusión no tiene ninguna relación con necesidades sociales y culturales, sino que se encuentra vinculada a los intereses particulares y al desarrollo desigual que manifiesta el país.

Se ha querido terminar este capítulo, exponiendo algunas de las experiencias radiofónicas en materia educativa llevadas a cabo en nuestro país; las que aquí se presentan, son experiencias aisladas, pero que demuestran la potencialidad del medio como vehí-

culo educativo.

Una experiencia particular llevada a cabo durante tres años (1974-1976) en la región indígena del Valle del Mezquital mostró no sólo la potencialidad del medio, sino la posibilidad real de una apertura de espacios democráticos y populares de participación en los -- procesos de difusión de los medios masivos.

Inicialmente, las emisiones de Radio Mezquital estaban orientadas a reforzar los programas institucionales de desarrollo integral y a participar en la ejecución de dichos programas. Sin embargo, poco a poco se fue convirtiendo en una posibilidad de participación, en función obviamente, de una coyuntura histórica y de la singularidad de una formación social determinada.

El Valle del Mezquital, con más de medio millón de habitantes (60% de origen otomí), dispersos en más de 400 pequeñas comunidades, resume en gran medida la problemática de los grupos étnicos asentados en el campo mexicano. La mayor parte de su población es considerada como peones agrícolas que se desplazan a otras áreas de cultivo del país o a Estados Unidos, trabajadores de la construcción que se concentran en las áreas periféricas de las ciudades y su población femenina emigra hacia la metrópoli para prestar servicios domésticos.

Se calcula que el 80% de la población se dedica a actividades agrícolas en una región donde sólo 43.000 hectáreas presentaban posibilidades de buenos cultivos. Se calcula que más del 45% de la población es analfabeta.

En 1940 el gobierno mexicano creó un organismo que intentaba impedir un mayor deterioro del nivel de vida de los otomíes: el Patrimonio Indígena del Valle del Mezquital. Después de algunos esfuerzos para satisfacer algunas necesidades básicas de la población, los grupos de poder ejercieron su influencia para convertirlo en factor de poder político. A principios de la década de los sesenta, este organismo trata de emprender una labor reivindicativa in-

digenista.

Sobre la base de la infraestructura técnica de una radioescuela, -- que funcionaba desde el año de 1963 en condiciones precarias, a --- principios de 1974 surgió la propuesta de reorganizar la radiodifusora y la inmediata aplicación de una estrategia de comunicación -- que incidiera de manera directa en el programa de desarrollo regional.

Entre los objetivos que se plantearon con la revitalización de la emisora se encontraban: a) Informar y reforzar las labores de infraestructura que realiza y tiene programadas para efectuar el Patrimonio Indígena del Valle del Mezquital; b) Motivar "positivamente" a la población ante las acciones concretas que emprendiera la institución indigenista; c) Apoyar a cursos y encuentros que se --- efectuaran en la región, así como el apoyo a grupos específicos de acción popular que se fueran constituyendo en las diferentes comunidades de la región y d) Reforzar, de manera sistemática, las campañas encaminadas a contribuir al desarrollo integral de las comunidades indígenas del Valle, emprendidas tanto por la institución indigenista como por otros organismos públicos.

La estrategia programática de difusión contenida en el proyecto, había de la necesidad de crear categorías en la programación que -- abarcaran las áreas: informativa, formativa y de entretenimiento. -- Para cumplir estos planteamientos, se daría prioridad en las áreas informativas a los hechos y acontecimientos locales que afectarían de manera directa la vida cotidiana de los habitantes de la región. En las áreas formativas se consideraban dos aspectos: el esfuerzo sistemático a la educación formal que se impartía en las escuelas primarias de la región y al apoyo a la educación y formación de la población adulta con carácter completamente extraescolar.

Por último, los aspectos de entretenimiento eran considerados como factor complementario a los dos anteriores y servirían como un mecanismo para ampliar la comunicación y promover las expresiones artísticas populares, pero sin perder el propósito de "enseñar entreteniendo".

El punto de mayor importancia, que posteriormente se convirtió en elemento dinamizador de la comunicación popular, fue la estrategia participativa a la que hace referencia el proyecto. Se planteaba la posibilidad de que "la población campesina tomará parte activa, no sólo en la recepción y crítica de los contenidos de la programación, sino en la producción y transmisión de los programas radio-fónicos."

La comunicación que se generaba permitía fortalecer la organización de cooperativas, pequeñas industrias artesanales, ejidos colectivos etc. A partir de entonces, la radio empieza a jugar un papel importante en la organización de la información, permitiendo revalorizar la historia y cultura otomí; al mismo tiempo que se organiza la difusión de programas que estimularan la confianza del indígena en sus propias capacidades; programas dirigidos a la mujer para orientarla sobre su participación activa y responsable en el desarrollo de la familia y la comunidad.

También se estimuló la expresión popular indígena en el nivel político, participando de manera espontánea en el programa "platicando en las comunidades".

En las transmisiones de Radio Mezquital, se trataban temas como: la historia del pueblo otomí, la información de su actividad cotidiana la expresión de su arte a través de la música, el canto, la poesía.

Entre este bloque, existió un programa denominado "Los Conjuntos Musicales del Valle", que sirvió de enlace entre las distintas comunidades, el cual culminó con la realización de dos festivales de música popular indígena, los cuales movilizaron a más de 10 mil campesinos de la región en cada uno de los eventos.

"Que los demás compañeros también sepan lo que estamos haciendo...", era el reclamo generalizado en las comunidades campesinas. Para el campesino de la región, la radio era ya un instrumento de su propia existencia, que lo mantenía en contacto con su realidad y la de su comunidad.

Radio Mezquital, demostró que las estructuras del poder conllevan - sus propias contradicciones y en esta experiencia radiofónica la población aprovechó ese pequeño espacio abierto, para manifestar sus demandas e inconformidades.

Es cierto que resulta difícil creer que la radio puede ser el elemento generador de procesos participativos en la comunicación masiva y organizador de grupos sociales que propugne una movilización - popular. Sin embargo, cuando el interés social va más allá de los intereses manipuladores es posible convertir estos medios de difusión en instrumentos que promuevan procesos de intercambio discursivo para la organización y movilización popular. Para alcanzar estas metas, se organizó a los llamados "grupos populares de comunicación", los cuales llegaron a ser los promotores de la organización para el trabajo colectivo y la manifestación de los intereses particulares de sus propias comunidades, mediante el envío permanente de información a las oficinas de la radio a través de los que se llaman "corresponsales populares".

Es importante mencionar, que en esta experiencia radiofónica se emplearon otras formas de comunicación como la interpersonal y grupal, lo que permitió que la comunidad indígena del Mezquital sintiera la cercanía del medio y la posibilidad de disponer de él, de ahí también, que asumiera la responsabilidad de hacer oír su voz y escuchar a los demás miembros de su comunidad. En este intento, se sacrificó el refinamiento tecnicista en aras de permitir la germinación de una auténtica comunicación popular. En Radio Mezquital, -- bastó que los grupos conocieran el manejo de la grabadora, el micrófono y algunos elementos sencillos de la producción radiofónica para que se abrieran nuevos cauces a las necesidades de comunicación - que demandaban.

Para superar el problema del lenguaje se hizo uso de la traducción simultánea y se trató de estar presente en el habla popular, lo que permitió encontrar un lenguaje vivo, dinámico y enriquecedor con -- las expresiones del propio pueblo.

Si se cuestiona el por qué se canceló la experiencia de Radio Mez--

quitad, la respuesta más simplista aludirla a "la culpa del sistema". Pero una experiencia como esta, debe señalar aquellos obstáculos a los que tuvo que enfrentarse para superarlos como una tarea más de la conceptualización de la comunicación alternativa.

En dicha experiencia, se destacan tres grandes limitaciones: la especificidad técnica del medio, pues la estación transmite en frecuencia modulada y los aparatos receptores en esta frecuencia son de un costo más elevado, lo que hace que el medio fuera en cierta forma elitista; las condiciones políticas del aparato estatal en las que se inscribe la experiencia, ya que si bien la contradictoria política indigenista del Estado Mexicano permite la acción coyuntural en la apertura de espacios comunicacionales alternativos, también limita la maduración progresiva y constante de las iniciativas populares. Radio Mezquitad debido a su dependencia político-administrativa por parte de una institución gubernamental, tuvo que debatirse en varias ocasiones en los vaivenes políticos del aparato estatal y detenerse en la consecución de sus objetivos populares, pues es la propiedad del medio la que determina al servicio de qué intereses éste se coloca, a favor de qué causa, de qué valores y de qué clase social y aun que esta afirmación no es válida en todos los casos, es importante reflexionar acerca de las limitaciones que impiden la realización plena de un proyecto alternativo de comunicación, cuando está inscrito en la dinámica política del Estado burgués; por último, las condiciones socio-culturales en las que se desenvuelve la vida cotidiana de los llamados grupos indígenas marginados, los cuales sufren un alto grado de penetración cultural externa. El indígena es un ser marcado por la sociedad y por una educación que le hace verse ignorante e intelectualmente inferior, está acostumbrado a dejar en manos de otros la interpretación y solución de sus problemas. La tarea de convencimiento para su autovaloración es un proceso lento y largo, que supera el tiempo que las políticas sexenales puedan dedicarle -- (47).

Otra experiencia radiofónica que se llevó a cabo en nuestro país como parte de un programa educativo, lo constituyó la población de Hua

huayacotla, Veracruz, una de las regiones más pobres del país. Su población vive básicamente de la agricultura, generalmente a nivel de subsistencia; como cabecera municipal, Huayacotla, al igual que Zacualpan, concentran la mayoría de los servicios públicos, -- que por lo demás, son muy escasos y deficientes. Otras cinco comunidades tienen electricidad y centros de salud, el resto carece de todo servicio.

La situación económica se caracteriza por la baja producción debido a los pobres métodos y a la dificultad para obtener insumos --- (fertilizantes, semillas, fungicidas, herramientas). Las relaciones comerciales son desfavorables entre cada comunidad, reflejadas en el limitado acceso a los artículos básicos de consumo y por el bajo poder adquisitivo de la población.

En el renglón político se observa la imposición de estructuras políticas y organizativas bajo el control del partido oficial del gobierno.

Dentro de este panorama, en 1965 una institución privada denominada Servicios Educativos Radiofónicos de México (SER de México) he-
chó a andar las Escuelas Radiofónicas en Huayacotla encargadas -
de desarrollar actividades de educación básica para adultos.

En 1973 los conflictos internos, carencia de personal entrenado, -
expansión de actividades y los pobres resultados obtenidos, forza-
ron a la institución para que pidiera a Fomento Cultural y Educati-
vo, A.C. que se hiciera cargo de la escuela radiofónica.

Después de investigar las posibilidades del uso de la radio para -
una educación informal en la región, FCE decidió encargarse en ---
1975, de la dirección de la radio escuela. Durante ese año, el --
primer equipo de promotores llegó a la conclusión de que los pro-
gramas de educación formal no respondían a los intereses de los --
adultos en la región y de que la alfabetización no podía ser perse-
guida como un fin en si misma. Esto orientó la nueva tarea de la
institución en la zona. El rechazar por inadecuado el sistema de
educación formal por radio obligaba a buscar nuevas alternativas y
a otorgar a la radiodifusión mayores posibilidades de educación no

formal.

Los primeros planes de trabajo, dirigidos a la integración de un -- proyecto con la realidad sociocultural que se deseaba abarcar, pretendían diseñar acciones directas en la población, paralelas a las transmisiones para consolidar los mensajes radiofónicos. Bajo estos preceptos, el nuevo diseño de la programación se probaría durante un año para obtener una evaluación que definiera las políticas -- de acción y expansión.

Los objetivos de cambiar las emisiones de Radio Escuela a Emisora -- Cultural no formal y abierta a todo público se formularon de la siguiente manera:

- 1) Fomentar actividades para la adquisición de una cultura básica instrumental y para el desarrollo de la capacidad de expresión.
- 2) Dinamizar el proceso de ubicación histórica social.
- 3) Fomentar la interrelación de grupos y el desarrollo del sentido organizativo, la participación y el acceso a la información.
- 4) Apoyar y promover actividades productivas concretas con el fin -- de mejorar el nivel de vida de los habitantes de la región.

Se integró un equipo promotor compuesto por siete personas que jamás habían tenido experiencias en radio y se empezaron a realizar -- las primeras acciones como el inicio de un noticiero con mayor información local, promoción de grupos organizados en ejidos, asesoría agrícola, apoyo a las actividades de extensión cultural de escuelas, respaldo a nuevos grupos contrapuestos al poder caciquil -- aprovechando la coyuntura política nacional y estatal que buscaba -- adecuar su partido, el PRI, a las nuevas necesidades de producción, organización y participación.

Transcurrido el año, hubo que reajustar los objetivos preestablecidos, dando más importancia a los temas de experimentación y promoción agrícola a fin de:

- 1) Propiciar la organización de grupos campesinos en torno del pro-

ceso económico global, a través de la producción agrícola.

- 2) Lograr que los grupos se ubicaran dentro del contexto regional y nacional mediante la reflexión acerca de sus problemas en la producción agrícola.
- 3) Fomentar el aprendizaje del método científico por medio de la experimentación agrícola para obtener mejores cosechas.

Como meta inmediata, era importante familiarizarse con la concepción de los campesinos sobre la producción agrícola, con su lenguaje, las costumbres, creencias, para intentar apoyar las labores del campo mediante programas agrícolas.

Asimismo, se plantearon objetivos relativos específicamente a la radio:

- 1) Dar a conocer la zona, sus valores y problemática.
- 2) Capacitar para el trabajo a grupos organizados.
- 3) Fomentar el intercambio, solidaridad y servicio entre los grupos de las diferentes comunidades.

Al mismo tiempo, hacia el interior de la radio había que trabajar - en el establecimiento de canales de retroalimentación: establecer - horarios idóneos de acuerdo a las ocupaciones de los diferentes grupos sociales; capacitar al equipo promotor en técnicas de educación por radio; tramitar el permiso para transmitir en onda larga ante - las autoridades correspondientes; elaborar programas especiales para mujeres y para niños.

Los noticiarios continuarían abriendo nuevos canales de información local al tiempo que se capacitaría a corresponsales campesinos en - redacción, análisis de problemas, investigación, para formarlos como reporteros. Se iniciaría un programa semanal de comentarios sobre los principales sucesos ocurridos en la semana a nivel local --

y/o regional. El programa de aficionados "Música de la Sierra" habla de ser orientado a las composiciones musicales en las que se describieran las costumbres, bellezas naturales y problemas del habitante de la zona serrana.

Pese a las dificultades técnicas, tales como la transmisión en onda corta (sólo en la zona que rodea la estación la señal se capta en amplitud modulada), de contar con pocos recursos humanos, económicos y técnicos y de la poca experiencia de sus promotores, el resultado -- fue una actitud positiva de la población hacia las transmisiones de Radio Huayacocotla. La emisora tenía un auditorio mayor al que podría imaginarse. Se recibían alrededor de mil cartas mensuales, a pesar de que se trataba de una zona donde el analfabetismo es considerable.

La intención de la radiodifusión de integrarse a la problemática económica, política y cultural de la región tuvo una excelente acogida entre los habitantes. La orientación hacia el público jornalero, ejidatario, propietario minifundista y trabajadores manuales se concentraba en programas como: "El pueblo tiene la palabra", que recoge las inquietudes del público; "Entrevista campesina" sobre la opinión de los campesinos y sus mujeres acerca de problemas específicos; "El noticiario del campo", con abundante información local, regional y estatal, cuya función era informar y crear opinión pública mediante entrevistas, reportajes, editoriales tratando de contrarrestar la influencia tradicional de los caciques que distorsionan la información y propagan rumores; "Música de la Sierra" que transmitía las canciones y música de la región, junto con los comentarios de los participantes; y el programa "Cartas y avisos", destinado a comunicar a comunidades y como servicio para casos de urgencia. Como medio de opinión pública, cuestionaba y denunciaba los abusos de las instituciones de gobierno; en "la Hora de la Comunidad" se hacían entrevistas a representantes de instituciones, se auspiciaba la participación mediante preguntas telefónicas o escritas a lo largo de una semana. Los funcionarios no siempre aceptaron esto.

Cuando las Radio Escuelas funcionaban y la emisora se concentraba a

ser Escuela Radiofónica nunca faltó la "colaboración" de los principales del pueblo. Reconocían la obra como de gran importancia y valor en la zona. Cuando se inició una programación cultural abierta, educativa, no formal, el apoyo se convirtió en ataques.

Como consecuencia de las labores, de la emisora, el gobierno estatal encabezado por Rafael Hernández Ochoa, canceló el permiso para la operación en AM que ya se disponía a otorgar el gobierno federal.

Con estas dos experiencias, se puede advertir que las alternativas de educación y comunicación en el medio rural se enfrentan con múltiples problemas debido, principalmente, a la política de educación al campesino, que se guía conforme a las necesidades de la producción de la industria privada y estatal y no a las suyas propias. (48)

Se dice que la radio es un ejemplo de tecnología de bajo costo. Este aspecto debería llamar la atención de las autoridades educativas frente al equivalente de alta tecnología, la televisión, que está de mostrando, cada vez más, carecer de valor para nuestro pueblo.

A pesar de todo ello, las autoridades educativas mexicanas se han inclinado por la explotación de la televisión con fines educativos. -- Así, tenemos que en 1958 comienzan las transmisiones del Canal 11 -- confiado al I.P.N. dotado de una señal particularmente débil, visible en un número muy reducido de telehogares. Esta primera televisión estatal, ha tenido que desenvolverse en un nivel artesanal, en -- contraste con las enormes inversiones industriales de la televisión -- comercial.

La situación actual jurídica del Canal 11 se funda en el decreto que establece que dicho canal se utilizará para la transmisión de programas educativos, culturales y de orientación social, publicado en el Diario Oficial el 2 de agosto de 1969. En él se establece que la -- operación técnica correrá a cargo de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, mientras que la programación corresponde a la SEP. Esta ejerce dicha función por medio de la Comisión de Operación y Fomento de Actividades Académicas (COFAA) del INP, creada por decreto el 2 de marzo de 1976.

Por otra parte, a partir de 1965, la Dirección de Educación Audiovisual de la Secretaría de Educación Pública inicia la enseñanza secundaria a través de la televisión. Para 1967 la telesecundaria mexicana imparte todas las materias de primer año por televisión y para 1969 el ciclo completo de secundaria queda totalmente integrado en este medio. Para 1970 el Sistema Nacional de Telesecundaria cuenta con 50 mil alumnos de los cuales 35 mil son directamente controlados por medio de listas de asistencia en cada teleaula, y el resto son estudiantes libres.

Meses después, la telesecundaria mexicana rebasa las fronteras urbanas y se dirige a las zonas rurales y a las áreas en proceso de industrialización, con el objeto de elevar la productividad del país. En un breve lapso, este nuevo proyecto formativo cuenta con una red nacional de 23 estaciones que abarcan 700 mil telehogares en el Distrito Federal, Colima, Estado de México, Morelos, Hidalgo, Puebla, Tlaxcala, Veracruz, Jalisco, Aguascalientes, Querétaro, Guanajuato y Michoacán. En el futuro se espera ampliar la red nacional hasta alcanzar una cobertura de 20 millones de habitantes y para el ciclo 1983-1984, según datos de la SEP, se atenderá bajo el sistema de telesecundaria a 3000,000 alumnos en los sistemas federal y estatal.

Otro importante programa de reproducción de la fuerza de trabajo, con formación técnica a distancia también se aplicó en México, en 1980, cuando por medio de la red oficial de televisión para la República (TRM), se inició la capacitación industrial de 500 mil trabajadores y obreros especializados, para capacitarlos según los requerimientos de la expansión industrial.

Esta línea se refuerza en 1981 con el quehacer de la empresa radiofónica TELEREY, que ofrece educación especializada a profesionales de más de 200 mil empresas del país. La empresa ha compartido más de 11 mil servicios formativos para instituciones privadas y oficiales, que le han permitido acumular una enorme experiencia pedagógica en el campo tele-educativo.

Respaldada por la Universidad Nacional Autónoma de México, la Funda-

ción Cultural Televisa inicia a partir de 1976 la creación de una nueva tendencia pedagógica, denominada "universidad al Aire". Aprovechando los recursos técnicos y culturales madurados en otras naciones, Televisa inaugura este moderno planteamiento educativo que se desarrolla en tres fases: la primera, difunde la "Introducción a la Universidad", la segunda, presenta la "Extensión Universitaria, y la tercera culmina con la transmisión de la "Universidad al Aire". A través de este modelo, el consorcio cultural más grande de Latinoamérica ofrece la oportunidad de "democratizar" la educación superior, pues permite que a un enorme número de personas rechazadas -- por el sistema de instrucción superior tengan acceso a ésta por medio de la televisión.

En relación al Canal 13, este se ha convertido en una mala copia de la televisión comercial. Si en algún momento este canal significó para el auditorio una opción y un riesgo para Televisa, esa alternativa y ese peligro han desaparecido, al menos provisionalmente.

N O T A S

1. Gálvez Felipe "Los albores de la Radio", en Información Científica y Tecnológica, Núm. 89 p. 7
2. Los países con los cuales se mantuvo comunicación fueron Panamá, Berlín y Nueva York. ibid. p. 8
3. Los Angeles, Isla Catalina, en la Alta California.
4. Secretaría de la Presidencia. Estudio sobre el desarrollo de la Radio, y la Televisión en México (mimeo) p. 409.
5. Díaz Amador, Carmen, op. cit. p. 12
6. Secretaría de la Presidencia, op. cit. p. 413
7. El éxito de la radio en las campañas electorales y con fines políticos ya la habla puesto en marcha algunas estaciones en Estados Unidos con el candidato republicano Warren G. Harding, 1920.
8. Es conveniente señalar que todas las estaciones de esta etapa, - que podríamos llamar experimental, funcionaban en forma sumamente irregular y sin ningún estricto control por parte del Estado. Así en razón de sus continuos cambios de siglas, potencia o ubicación geográfica, no es posible establecer su continuidad, periodicidad y permanencia.
9. Díaz Amador, Carmen, op. cit. p. 14
10. Ley de Vías Generales de Comunicación, Diario Oficial, México - 28 de septiembre de 1932, artículo 505.
11. Ibid. Artículo 503

12. Reglamento de Capítulo VI del libro V de la Ley de Vías Generales de Comunicación. Diario Oficial, 9 de junio de 1933, artículo 77.
13. Ibid. Artículo 16
14. Ibid. Artículo 78
15. Toussaint, Florence. "Como suena la Cultura", en Información Científica y Tecnológica, vol. 6, Núm 89, p. 40.
16. Lombardo García, Irma, Los orígenes de la radio en México y la influencia de la XEW en los años treinta, tesis FCPYS, México -- 1983, p. 58
17. Curiel Fernando, "La Radiodifusión Universitaria", en Deslinde, - Núm. 127, p. 17
18. Morales Serrano, Ellas, op. cit. p. 49-50
19. Curiel Fernando, op. cit. p. 23-25
20. Ibid. p. 26
21. Partida Omaña, Esther y Martínez Martínez, Guillermo, Análisis de las programaciones y funciones que desempeñan Radio Universidad Nacional Autónoma de México y Radio Universidad Benito Juárez de Oaxaca, Tesis FCPy S México 1974, p. 64
22. Ibid. p. 74
23. Bermúdez, Guillermo, "Dos voces en el Cuadrante", en Información Científica y Tecnológica, vol. 6, Núm. 89, p. 21
24. Granados Chapa, Miguel Ángel, Examen de la Comunicación en México, p. 93
25. Bermúdez. Guillermo, op. cit. p. 21

26. Alvarez Lima, José Antonio, ponencia presentada en la Primera -- Reunión Internacional de Radiodifusoras Universitarias, culturales y Educativas, UNAM, 1981, p. 43
27. Dichos proyectos se llevan a cabo actualmente en Radio Tabasco, estación que nació en 1983 y que ha contado con el apoyo en materia de producción por parte de Radio Educación.
28. Secretaría de la Presidencia, op. cit. p. 410
29. Díaz Amador Carmen, op. cit. p. 117
30. Cárdenas, Lázaro, Mensajes, discursos, declaraciones, entre-visitas y otros documentos, 1928-1940 Vol. I, Ed. Siglo XXI, México 1978, p. 145.
31. Decreto que adiciona el Reglamento para el Establecimiento y Operación de las Estaciones Radiodifusoras y Radioexperimentales, - promulgado por Lázaro Cárdenas el 27 de marzo de 1935 y publicado en el Diario Oficial el 26 de abril de 1935, Considerando II.
32. Ibid. Artículo primero
33. Reglamento de las Estaciones Radioeléctricas Comerciales, Culturales, de Experimentación Científica y de Aficionados, Artículo 80, fracción V.
34. Declaración presentada por Díaz Amador, Carmen, apud. México a través de los informes presidenciales, la Administración Pública, tomo V, Vol. III, Secretaría de la Presidencia, México, 1976, p. 140.
35. Decreto que reforma la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado, creando el Departamento de Publicidad y Propaganda. Diario Oficial, 31 de diciembre de 1936, fracciones I, III, IV, V, VI y VII.

36. Reglamento de Estaciones Radioeléctricas Comerciales, Culturales y de Experimentación Científica y de Aficionados. Diario Oficial, 30 de diciembre de 1936, Artículo 24, fracción I.
37. La trayectoria de la estación del PNR se verá interrumpida en 1946, cuando el presidente Miguel Alemán decida entregar la concesión de la estación a radiodifusoras particulares.
38. Cremoux, Raúl, La legislación Mexicana en Radio y Televisión, - UAM, p. 75.
39. Fernández Christlieb, Fátima, op. cit. p. 107
40. Bernal Sahagún, Víctor, Anatomía de la Publicidad en México, -- Ed. Nuestro Tiempo, p. 141.
41. Ibid. p. 146
42. Fernández Christlieb, Fátima, apud. el Olla, 15 de mayo, 1974.
43. Para análisis sobre la situación que vivió en 1972 entre concepcionarios y Estado, vid. Fernández Christlieb, Fátima op. cit. - p. 119.-146. Y para un estudio sobre las legislaciones que fueron promulgadas en este periodo, vid. Cabezut Uribe, Adriana, - "Información en la Publicidad", en La protección del Consumidor, UNAM, p. 167-185.
44. En el Plan Básico de Gobierno, se calificaba el derecho a la información como una libertad no sólo de quienes producen y emiten mensajes, sino de quienes los reciben, como un instrumento de liberación y una prolongación lógica del derecho que a la educación tienen todos los ciudadanos.
45. Altamirano Sandra "Un nuevo perfil de la radio estatal" en Información Científica y Tecnológica, Vol. 6, Núm. 89, p. 43
46. Llano Prieto, Serafina y Morales Huerta, Oscar "La radiodifusión en México", Información Científica y Tecnológica, Vol. 6, No. 89

p. 37-38

47. Esta experiencia radiofónica es un resumen del trabajo presentado por Encinas Valverde, Orlando, "Radio Mezquital: posibilidades de comunicación popular" en Comunicación y Cultura, No. 8, - UAM, p. 5-31
48. Esta experiencia radiofónica corresponde al trabajo presentado por Oseguera, Antonio, en Comunicación y Cultura, No. 8, UAM, p. 33-37.

CAPITULO III

PORQUE LA NECESIDAD DE LA RADIO COMO INSTRUMENTO DE EDUCACION EN
NUESTRO PAIS

En la sociedad actual en que vivimos, no puede negarse ya, que los medios de difusión masiva constituyen un vínculo importante entre el individuo y su medio ambiente; las relaciones del hombre con el mundo pasan cada vez más por el intermediario de estos instrumentos informativos.

Vehículos eficaces para transmitir información, transportan mensajes fundamentales que intervienen en la conformación de la personalidad de los mexicanos. Son estos instrumentos, los que por medio de sus mensajes informan y muestran los signos dominantes de nuestra cultura despolitizada, enajenada, consumista, acritica y acorde a la expansión imperialista. Sobre el contenido de estas herramientas de difusión, se han hecho múltiples análisis cuestionando severamente sus tareas y denunciando la penetración cultural de la que somos víctimas los países subdesarrollados.

Más importante que esta constante denuncia, es iniciar la búsqueda de los intereses a los que responden dichos medios, pues como meta fundamental, antes que la simple manipulación, tienen la función de obtener ganancias.

Siguiendo esta línea, es necesario desentrañar la función del aparato publicitario en el interior del sistema capitalista, a fin de establecer la relación que guardan los medios y la publicidad con el sector productivo.

Según la investigadora Patricia Arriaga, el aumento sostenido de la productividad, por la cual el sector de bienes de producción se desarrolla más rápidamente que el de bienes de consumo y al ser indispensable para el sistema propiciar el desarrollo del segundo, el sistema de difusión masiva se constituye en el canal idóneo para --

cumplir con esta "necesidad". (1)

Sin embargo, este no es un proceso sencillo, en México al ser adoptado el sistema de operación norteamericano de difusión, fueron con jugados los intereses de empresarios nativos que deseaban hacer de estos instrumentos un negocio lucrativo y los intereses del capitalismo extranjero, que, en sus necesidades de expansión y logro de ganancias se colocan como los principales anunciantes de los medios de difusión de nuestro país. De esta forma, la publicidad y los medios masivos de información, se identifican como elementos económicos y no sólo de dominación y manipulación cultural o ideológica.

Sin duda es importante estudiar las manifestaciones superestructurales de los medios masivos, pero se ha insistido demasiado en contemplar este fenómeno como una instancia ideológica y se ha desviado su explicación de sus bases reales, las cuales se encuentran en el sistema capitalista dependiente y su vinculación con el imperialismo.

La competencia ha obligado al capital industrial a operar con mayores ganancias para no ser eliminado del mercado; el conjunto de bienes de producción con los cuales actúa debe aumentar para desarrollar las fuerzas productivas. Este desarrollo conlleva a un mayor aumento del capital constante en relación a la disminución del capital variable, lo que modifica sustancialmente la composición del capital.

Este desarrollo de las fuerzas productivas conlleva necesariamente al paulatino abaratamiento de las mercancías, en término de tiempo de trabajo necesario para la producción, y por tanto, a un aumento en el volumen de las mercancías disponibles en el mercado. Así, a medida que se desarrollan las fuerzas productivas en una rama de la producción, va aumentando la composición del capital con que debe contar una empresa para ingresar a esa rama en condiciones de rentabilidad y no ser absorbida o eliminada de la competencia por otras empresas; de ahí, que el proceso de acumulación de capital o el desarrollo de las fuerzas productivas tenga como principal obje-

tivo y elemento característico, la centralización del capital. No es la demanda sino el capital el que determina los límites de la extensión de la producción; con el desarrollo del capitalismo la escala de producción depende cada vez menos de la demanda inmediata de los productos y cae bajo la influencia directa del capital disponible y de la expansión del proceso de producción para obtener el máximo de ganancias.

Por este motivo, la expansión de la producción no está motivada -- por el aumento del consumo en la sociedad, sino que son los industriales los que determinan la demanda a través de su inversión en bienes de producción y salarios, son ellos quienes deciden el nivel de producción que requieren para alcanzar las tasas de ganancia que les permitirán continuar en la competencia.

De esta forma, la capacidad de consumo de la sociedad, aparentemente, tiende a expandirse debido al creciente riqueza de los empresarios. Sin embargo, dicha expansión relacionada con la producción no existe, pues la capacidad de consumo de la sociedad tiende a reducirse y no a ampliarse, por el mismo proceso que sustituye al capital variable por el constante en la dinámica del sistema capitalista.

El sector de bienes de consumo no tiene dentro de esta dinámica la suficiente fuerza que le ayude a expandirse, pues mientras el sector de bienes de producción tiene garantizada su demanda, el de bienes de consumo necesita estimular la realización de sus mercancías para no sufrir un rezago significativo que podría afectar a algunas ramas del sector de bienes de producción. Aquí es precisamente en donde los empresarios justifican la presencia de la publicidad, ya que a esta le será encomendado el objetivo de aumentar el ritmo de expansión del sector de bienes de consumo.

Como la capacidad de consumo de la sociedad tiende a reducirse, -- los bienes de consumo no se realizan, la ganancia será menor y repercutirá sobre el proceso de acumulación en ese sector. De ahí que se decida estimular el consumo por medio de la publicidad; en este

sentido a los grupos con alto poder adquisitivo se les dirigirá una publicidad encaminada a aumentar el consumo, mientras que a las mayorías con bajo poder adquisitivo se les tratará en la medida lo posible de modificarlo.

Aunque de esta forma los empresarios justifican los altos costos de la publicidad, cabe aclarar que ésta no puede por sí misma expandir el mercado interno ni aumentar el número de consumidores, pues ambos están subordinados al proceso de acumulación y de desarrollo de las fuerzas productivas.

Cuando se trate de un producto novedoso, la publicidad puede ser de utilidad, para proporcionar información sobre su uso, pero una vez introducido en el mercado, el recurrir a costosas campañas publicitarias es bastante dudoso, por lo que desde el punto de vista de la sociedad en su conjunto, es innecesario el abuso que de esta estrategia hacen los industriales capitalistas.

En México no existe una publicidad que describa las cualidades y precio de los productos, por lo general, está destinada a desarrollar preferencias por ciertas marcas y productos en el consumidor, olvidando el carácter de información y orientación que debiera guardar.

De todo lo antes expuesto, resulta que las prácticas que de la publicidad se hacen en nuestro país, no justifican la utilización de los medios masivos en campañas que además de tratar de aumentar --- inútilmente el consumo de la población, sirven como instrumentos de promoción de productos extranjeros.

Es importante destacar que los principales anunciantes de los medios masivos en México son también los más importantes anunciantes de Estados Unidos, además de ser las empresas que están a la cabeza en la producción de bienes de consumo, tienen una composición orgánica de capital superior, lo que les permite marcar el ritmo en el aumento de la productividad, no solo de las ramas donde operan, sino en el sector de bienes de consumo en su conjunto.

Son estas empresas anunciantes, las que en su afán de expandir su producción y aumentar sus ganancias, han extendido su campo de operaciones a otros países llevando consigo la publicidad y el sistema de operación de los medios masivos. (2)

De esta forma, se integran diarios, revistas, radio y televisión a un sistema que más que de comunicación social, es de publicidad masiva, pues a medida que se desarrolla el sistema de medios en nuestro país, depende cada vez más del gasto publicitario de las empresas transnacionales para su existencia. Es un sistema de difusión que cumple con la función de brindar los canales adecuados que le permitan a la dinámica capitalista realizar sus campañas publicitarias para la mayor obtención de ganancias de la empresas.

Aspectos tan importantes como la información, la educación y la -- cultura son productos industriales, tal es el caso de la industria del disco, en la cual se busca vender bienes al público consumidor, para ello, la industria disquera acude a la estación radiofónica -- para que de a conocer las nuevas producciones y la estación de radio, a su vez, utiliza a la industria del disco para organizar su producción. Las organizaciones más fuertes de radiodifusión tienen sus propias productoras de disco o están asociadas a ellas.

La programación es la forma en la que se manifiesta la competencia entre las estaciones para atraer la atención del público consumidor, conseguir el gasto publicitario de los anunciantes y cotizar lo más alto posible su espacio para inserciones publicitarias.

En este contexto, los medios de difusión no mantienen relación alguna de intercambio con el público, pues este sólo es visto como -- el mercado para los bienes de consumo. Los medios de difusión de masas se desarrollan en función del gasto publicitario; en la primera etapa de la radio en México las mismas empresas de bienes de consumo eran dueñas de las primeras estaciones y las utilizaban para hacer su propia publicidad. En la medida en que se han ido desarrollando los medios masivos se han separado del capital industrial hasta constituirse en empresas independientes que, incluso, --

pueden afectar el gasto publicitario del sector de bienes de consumo del cual dependen, al dar preferencia a las grandes empresas que invierten fuertes sumas en publicidad, dejando sin posibilidades de promoción a las pequeñas industrias que disponen de un gasto publicitario reducido. (3)

Esto sucede actualmente en nuestro país con la televisión, la que - en mayor número proporciona espacio para anunciar a las grandes compañías internacionales; y la pequeña y mediana industria tiene que recurrir a la radio u otros medios de difusión. Este fenómeno de selección de los anunciantes se debe a la consolidación de la industria de radio y televisión como empresas independientes, que a pesar de depender de la publicidad para su financiamiento, eligen a sus clientes en función de sus expectativas de ganancias.

Por otra parte, al no existir anunciantes que por si solos financien un programa, debido a los altos costos del tiempo de transmisión, muchos programas principalmente en televisión tienen que ser financiados por varios patrocinadores.

En la radio, con el uso de las grabaciones se eliminaron los estudios para transmitir en vivo y las instalaciones técnicas y los aparatos requeridos, así como los sueldos por concepto de artistas, músicos y técnicos que fueron utilizados durante algunos años para cubrir el tiempo de transmisión, fueron substituidos por cintas de música grabada y la transmisión de algunos programas vivos como noticieros y algún evento especial, además de esta reducción de costos, la radio por red aumenta sus ganancias al elevar el costo de su tiempo dedicado a la publicidad, pues ofrece a los patrocinadores - una mayor cobertura y por ello un mayor público consumidor.

Cuando hacia finales de los años 50, las estaciones de radio decidieron retomar el control de la programación y venderle al anunciante únicamente tiempo para los comerciales, la tarea de lograr la atención del público quedó en manos de ellas. Entonces, se hizo evidente que, en la medida en que la estación lograra captar el mayor número de espectadores, mayores serían las probabilidades de -

que captara el gasto publicitario de los anunciantes interesados en promover el consumo de sus productos.

Hasta la década de los sesenta, el papel que cumplió la programación en la radio fue lograr un máximo alcance entre el público en términos cuantitativos generales, pero, en la actualidad, encontramos anunciantes que se interesan más por concentrarse en grupos específicos del público, según su edad, sexo, nivel económico, etc., por lo que las estaciones también han adoptado esta modalidad para complacer a sus financiadores.

La programación se realiza en función de las necesidades de los anunciantes; no es igual programar para atraer la atención del público de todo el país que el de una ciudad, como tampoco programar para satisfacer a los anunciantes con distribución nacional de sus productos que para aquellos que ofrecen sus productos o servicios a nivel local.

A nivel local predomina la publicidad de servicios, que en su mayor parte es absorbida por radio, mientras que la de productos manufacturados utiliza las redes de televisión con cobertura nacional. De esto se desprende, que la mayor parte de los esfuerzos de la radio en materia de programación estarán encaminados a satisfacer a los anunciantes locales, mientras que los de la televisión atenderán a los anunciantes nacionales, y el público interesa a las estaciones en tanto que les permite elevar sus tarifas de tiempo para transmisión de anuncios comerciales y no como receptor del contenido de los programas. (4)

Por otra parte, la radio se escucha preferentemente, en las mañanas y la televisión por las noches, lo que convierte ciertos horarios en los preferidos por los anunciantes. La radio a pesar de ser un medio para publicidad local, se ha visto obligada a adquirir características específicas a través de su programación, en lugar de desarrollar géneros diversos, transmite un tipo especial de música.

El empeño de los anunciantes por difundir sus productos entre el mayor número de consumidores, llevó a las empresas de radio y posteriormente de televisión a orientar su expansión hacia los mercados y zonas de mayor rentabilidad, las de mayor densidad de población. En este sentido, la importancia de las redes radica no tanto en la cantidad de estaciones afiliadas, sino en los mercados donde éstas están ubicadas.

Los mercados determinan también, las tarifas que una red puede cobrar a los anunciantes por el tiempo utilizado en la transmisión de anuncios, lo que les permite operar con altas tasas de rentabilidad.

La cantidad de estaciones de radio y televisión independientes ha ido decreciendo para concentrarse en grupos y empresas que controlan estos medios de difusión.

Como puede apreciarse, la insuficiencia de la demanda efectiva es una de las principales contradicciones del sistema capitalista y causa de la crisis de realización, ya que la expansión del mercado no puede desarrollarse al mismo ritmo que el de la producción, que excede a la capacidad de consumo de la sociedad.

La competencia monopolista se basa, en gran medida, en la diferenciación de productos, la cual ha venido a desplazar el valor de uso de las mercancías, impulsando su venta con base en su apariencia exterior, deformando de esta forma la esencia del consumo.

Bernal Sahagún, afirma que "la publicidad es una actividad engranada en forma inseparable, a la estructura del sistema y exclusiva de él. La superación del anuncio, tal como se le conoce hoy en día, exigirá la eliminación del capitalismo" (5). Si bien es cierto que el fenómeno publicitario se encuentra enmarcado dentro de la dinámica capitalista, y que su eliminación marcará una nueva etapa en la utilización de los medios de difusión, ello no significa que se le puedan asignar otras funciones a estos aparatos, pues como ha quedado demostrado, para las actividades de promoción de productos tienen un cam-

po restringido de acción, el cual se haya determinado por la disminución del poder adquisitivo de la sociedad, y no por las campañas publicitarias por exitosas que éstas sean.

El fenómeno publicitario, no es una necesidad para el público consumidor, al contrario, son las grandes mayorías las perjudicadas - con las prácticas publicitarias, pues en nuestro país, al estar -- oficialmente autorizado un cargo de 125.2% de gastos de operación para la distribución de un producto, integrados estos por: a) gastos de administración; b) gastos de venta y c) gastos de propaganda, sobre el costo de fábrica, significan gastos improductivos e innecesarios, que representan más de siete veces el costo de la mano de obra contando sus prestaciones y estos últimos representan - el 4.5% del precio al público. (6)

A partir de esta relación entre el fenómeno publicitario y los medios de difusión, podemos establecer que los mensajes propalados a través de estos aparatos, son un producto de la sociedad industrial. Si reconocemos que detrás de todo mensaje hay una cierta intencionalidad dominante, debemos concluir que se trata de una intencionalidad mercantil, y que en una sociedad organizada como la nuestra, cada mensaje está al servicio de esa intencionalidad.

El hecho de afirmar que la difusión colectiva depende directamente de la formación social en que vivimos, de su forma de producción y de sus relaciones sociales, no significa que a determinada estructura corresponda una forma especial de organización en los medios de difusión.

Es cierto que en una sociedad donde todo gira alrededor de la mercancía resulta necesaria la presencia de mecanismos ideológicos -- que vengan a reforzar la imagen fetichista de la realidad, pero esto sólo resulta válido para una clase social, la que posee los medios y la que puede influir en ellos; el receptor de los mensajes sólo recibe el producto final de un proceso cuya función es proporcionar una visión parcial y reduccionista de la explicación de la realidad. Precisamente por la condición del receptor, éste tiene

dos posibilidades: o intentar incorporarse a ese mundo que le dibujan los dueños de los medios de difusión, o intentar desplazarlo, - eliminando a esos sectores sociales a fin de transformar su realidad.

Los medios masivos con su bombardeo mercantil no pueden abarcar toda la conciencia de la población, porque ésta no sólo se conforma con el contacto en los medios masivos, si no que corresponde a un marco más amplio que está constituido por sus experiencias, su vida cotidiana y sus carencias. Este marco de referencia implica -- que a mayor contradicción entre los mensajes y su realidad, menos posibilidades existen de comunicación.

De esta forma, aunque el receptor puede ser definido como punto -- terminal del proceso, tiene la opción de aceptar el código dominante que le sugieren los mensajes de los medios de difusión, o actuar como elemento participante que desea revertir el proceso. El receptor terminal, apunta Daniel Prieto Castillo, cumple con lo - que le indica el emisor y su respuesta es la adhesión a una ideología, mientras que el receptor participante constituye un proceso - contestatario, crítico a un estado de cosas. (7)

Los medios de difusión, en todo caso, son reforzadores de formas - de existencia ya vigentes. La presencia de estas formas y contenidos alienantes es indicador de previos consumidores alienados, elemento importante para quienes se benefician de él, pues desde la - perspectiva del capital, los medios de distribución de mensajes requieren de esta premisa para asegurar una mayor eficacia de los -- contenidos de sus campañas publicitarias, pues no pueden modificar el consumo mientras una población duda y toma conciencia de su situación.

Por ello los mensajes transmitidos se orientan a la creación de -- una realidad sin contradicciones, sin problemas y para agilizar el éxito de estos contenidos, se procede a estudiar todos los mecanismos de percepción del público.

Mediante el poder legal que le otorga el Estado a los concesionarios sobre los medios de difusión, estos obtienen la facultad de orientar los para fortalecer la reproducción de sus intereses económicos, políticos y culturales, que generalmente coinciden con los de la clase en el poder. Al mismo tiempo, si se analizan las esferas de poder de la sociedad capitalista mexicana, se encontrará que los propietarios de los medios pertenecen al mismo sector que controla y dirige las ramas principales de la producción industrial y están íntimamente ligados al sector gobernante.

Esta realidad, origina que la concentración de la propiedad que se ejerce sobre los medios de difusión sea muy alta, por lo que la capacidad que los concesionarios tengan para manipular la opinión y adecuarla a sus intereses es también muy elevada. Es precisamente este dominio y centralización de la posesión por parte de los grupos dominantes lo que constituye el fundamento político que le permite a esa clase manejar la producción, distribución y el consumo de los mensajes de la industria cultural.

Este modelo de operación permite solamente el acceso a los aparatos de masas a los grandes sectores monopólicos del capitalismo, marginando con ello la intervención de las restantes clases subalternas. Esta tendencia lucrativa obliga a que el funcionamiento de los medios abandonen su objetivo social y se conviertan en fuertes industrias culturales, cuyo objetivo es la conquista de las máximas ganancias. Los sectores mayoritarios no tienen posibilidades significativas para intervenir en la orientación de la producción y transmisión de mensajes que difunden sus múltiples intereses que como clase social sustentan.

Ahora bien, el hecho de que el objetivo fundamental de la industria del entretenimiento, en sus diversas formas, sea la ganancia, no significa que el contenido de su producción está por ello, exento de connotaciones políticas e ideológicas; esta sobredeterminación estructural no se plasma en una influencia directa que pudieran ejercer los anunciantes sobre las políticas de programación y planeación de contenidos de los medios de difusión, pues no hay necesidad de presuponer esta condición para explicar la orientación conservadora que guardan los medios de difusión. Esta actitud se explica por el

hecho de que los propietarios de los medios no son en modo alguno diferentes de los anunciantes, en lo que respecta a su actividad y ---orientación política. "Por razón natural, apunta Javier Esteinou, --los anunciantes desean contar con el máximo auditorio posible, se --preocupan por evitar cierto ambiente que pudiera ser antagónico a --los intereses de probables clientes y por tanto, los medios de difusión prefieren seguir una política conservadora y no de índole polemista en la preparación de sus programas." (8)

De esta forma, los medios masivos no difunden cualquier ideología, -sino aquella que tiende a mantener al sistema, justificarlo y presentarlo como la mejor opción para la sociedad. Ludovico Silva, señala al respecto, que "la ideología capitalista dependiente es el principal elemento de nuestras comunicaciones, cuando todas, o casi todas sus transmisiones contribuyen a fijar la idea de que nuestro subdesarrollo sólo se debe a un atraso histórico, a los efectos del clima o a factores geográficos o étnicos; y nos ocultan que el subdesarrollo no es un estado, sino un proceso histórico." (9)

Esto significa, que los medios de difusión se han convertido en el -principal instrumento ideológico del sistema, en el que el objetivo comercial se mezcla con el político-ideológico, encubiertos ambos bajo un enfoque inofensivo, pero que en el fondo apoya y defiende al sistema. Mientras los mensajes sean comerciales, la ideología que sustentan será capitalista, será una ideología comercial, publicista y mercantilista.

Evitar hasta donde sea posible, la presencia de manifestaciones críticas e independientes será una de las principales preocupaciones de los ideólogos de la clase dominante. El imperialismo y las oligarquías nacionales dependientes son actualmente los elementos que activan el proceso de información de masas en nuestro país, se sirven de él no para crear ideología, sino para promoverla y difundirla. "Ante el rápido desarrollo de los medios electrónicos, la clase dominante instrumentó un aparato de control de los sistemas de transmisión al servicio del consumo... Desde el nacimiento de los medios supo la importancia que guardan en el control de la información, la opinión y

la crítica, así como el papel de reforzadores que podían desempeñar, dificultando la movilización de las clases oprimidas". (10)

La información presentada por los medios masivos no promueve la discusión, ni presenta las distintas fases que caracterizan a un acontecimiento, pues, previamente ha sido establecida la cantidad de información a transmitirse, siempre anecdótica y aislada de su contexto. - Pero el verdadero emisor de los mensajes, ante el receptor, es difuso y difícil de identificar en una sociedad que no le ha señalado la obligación de emitir opiniones y críticas plurales, así como interpretar los acontecimientos dentro de su contexto; es un emisor de -- clase que sólo conoce el lenguaje manipulador y autoritario, por medio del cual trata de convertir a su receptor en un ente aislado, dó cil y conformista, y convencerlo de que la única forma de convivencia social es el individualismo y la competencia.

Como antecedente de este fenómeno, en nuestro país se presenta una realidad compleja, en la que las necesidades parecen rebasar las posibilidades del sistema, que ha ido dejando aspectos sin resolver, - que se están agravando y que obstaculizan la solución de grandes pro blemas nacionales.

En todo nuestro territorio se viven marcadas diferencias sociales, - un alto índice de inflación, una gran pérdida del poder adquisitivo de la clase trabajadora y un analfabetismo que cierra alguna posibilidad de ascenso a la mayor parte de la sociedad. Estas circunstancias provocan la intensificación de las acciones colonialistas, de domina ción tecnológica y de penetración informativa y cultural.

A pesar de que en años recientes se ha dado énfasis a la necesidad - de abordar las comunicaciones en forma integrada al proceso nacional de desarrollo, en la práctica esta formulación de políticas todavía no ha avanzado en muchos aspectos a pesar de que el Estado Mexicano reconoce que es su obligación velar por el cumplimiento de las finalidades de cultura y entretenimiento que tienen los medios masivos; así lo manifiestan las disposiciones en la Ley Federal de Radio y Te levisión, los artículos del Reglamento de la Ley y los acuerdos presidenciales que establecen el régimen de concesiones y la Comisión -

Intersecretaral de Radio y Televisión.

Sin embargo, el único aspecto de las comunicaciones que en la actualidad es objeto general de planificación es el desarrollo de las telecomunicaciones e infraestructuras técnicas, olvidando que la planificación de los recursos de la comunicación es similar a la naturaleza de los planes para otros sectores económicos y sociales del desarrollo nacional, y que el significado de la información y la comunicación debe plantearse como una necesidad de garantizar nuestra propia vigencia como naciones.

Ahora bien, si esta necesidad de una política nacional de comunicación está clara, no ocurre lo mismo con el problema de realizar esa posibilidad en nuestro actual contexto económico, político y social, pues el enorme poder acumulado por la burguesía nacional, apoyada -- por las corporaciones transnacionales y su capacidad real de influir entre los gobernantes, hacen difícil esta tarea. Al mismo tiempo, -- dentro del ámbito de las actividades de difusión institucional, se -- observan problemas de coordinación. Las actividades de información de cada dependencia aparecen como esfuerzos aislados que carecen de lineamientos y normas centrales para seleccionar y jerarquizar los -- mensajes, los lenguajes y los medios en que son difundidos, además -- de que su composición temática no guarda relación alguna con las -- prioridades sociales; mensajes diversos de distinto alcance e importancia, compiten entre sí en todos los medios. El mismo reproche -- que a menudo se le hacen al funcionamiento de los medios privados -- (imposibilidad de diálogo, manipulación de la información y bombardeo publicitario) puede criticársele a la operación que de algunos -- medios hace el Estado.

Estos problemas de eficacia y eficiencia provocan que la mayoría de la población no esté correctamente informada de los problemas del -- país, de los planes y programas de gobierno y de los avances que ha alcanzado en ellos. Esto no obedece únicamente a limitaciones en -- los recursos destinados a las actividades de difusión pública, el -- problema aunque es principalmente de origen político, también deriva de la carencia de métodos y técnicas eficaces para la planeación, -- programación, ejecución y evaluación de las actividades de informa--

ción y difusión.

Sin embargo, es importante destacar que cada decisión que se toma -- con respecto a los medios, responde a un marco de valores y una línea determinada que en ocasiones se sigue en forma involuntaria y a veces en obediencia a políticas claramente definidas y plenamente -- conscientes. Así, todos los medios actúan siguiendo alguna política que es necesario detectar, analizar y combatir, porque pocas veces se define explícitamente.

Entre la privatización y la estatización, la primera se ha definido como un elemento unido a la penetración norteamericana, que opera -- con poco esfuerzo y grandes utilidades, mientras que la segunda imitando el primer modelo propicia que se desvíen sus políticas y objetivos de las necesidades sociales de la población.

Estas necesidades son muchas y muy variadas, por ejemplo, se requiere una reorientación de los hábitos alimenticios de la población los cuales se han desviado en beneficio de las empresas transnacionales, las cuales producen alimentos encarecidos en precio y empobrecidos -- en nutrimentos. Al respecto, un estudio del Instituto Nacional del Consumidor, realizado en 1980 arroja los siguientes resultados:

"Los niños de hasta 14 años se comieron casi 205 mil toneladas de -- pastelillos, cifra que representa más de la mitad del consumo nacional de pescado; el 55.7% del de carnes de aves y poco más de la tercera parte (34%) del consumo nacional de huevo. Comparado en unidades, cada niño comió en promedio 156 pastelillos, en tanto que cada habitante del país consumió en promedio 152 huevos en el mismo año".
(11)

Algo semejante ocurrió en el mismo año con los refrescos y cervezas, cuyo consumo combinado por habitante se elevó a 115 litros y el de -- leche osciló entre los 102 y 116 litros por persona.

Según el estudio presentado por Gustavo Esteva, mientras en 1977 se gastaron siete mil millones de pesos en publicidad y en 1980 sobrepasa

ron los 12 mil millones, el gasto por consumo de huevo es de once -- mil trescientos millones de pesos, el de carne de aves un poco más -- de doce mil quinientos millones de pesos, y significó más de la tercera parte del gasto por consumo de leche, que es de 32 millones de pesos. (12)

Otro estudio elaborado por la Secretaría de Educación Pública, muestra como la red electrónica de mensajes establece el patrón lingüístico nacional, según el informe, "su capacidad integradora uniforma el idioma de acuerdo con los estilos de ciertos guías de opinión que imponen su autoridad a los escuchas, con lo que las formas tradicionales y regionales del habla popular se pierden gradualmente por el influjo dominante del patrón general que tiene características urbanas, centralizadoras". (13)

La importancia de que las formas lingüísticas tengan mayores posibilidades de transformación por efecto de los medios de difusión debe llamar la atención de las autoridades ya que el lenguaje difundido -- por estos reproduce formas y modos de hablar en los que predominan -- los extranjerismos, desplazando el idioma propio y alterando su estructura básica de construcción, además de que las prácticas publicitarias tienden a debilitar el vocabulario mediante la progresiva pérdida de significado de las palabras como resultado de la manipulación en los contenidos. (14)

Podemos considerar, afirma César González, a los medios de difusión masiva como catalizadores del cambio lingüístico, en este sentido, -- su influencia en el desarrollo de la lengua puede ser positiva o negativa, dependiendo del sentido de responsabilidad de quienes los -- utilizan y los controlan. (15)

Sin embargo, si consideramos que la mayor parte de nuestra población infantil y juvenil dedica mayor cantidad de tiempo al año a consumir mensajes de radio y televisión que a asistir a la escuela, encontramos la respuesta al por qué de la limitación y repetición de fórmulas lingüísticas y de algunas formas de comportamiento social.

Contamos, pues, con una clara definición de principios básicos y -- prioritarios nacionales, sin embargo no existe una adecuación de la estructura de difusión e información con dichas necesidades, para lo cual se requiere de la definición de políticas que marquen a los medios una dirección adecuada que convenga al bienestar social; en otras palabras, se trata de desarrollar una cultura que ocupe el lugar de la que está vigente.

La comunicación y el uso que de ella se haga, podrá facilitar o obstaculizar el surgimiento de un pensamiento que coadyuve al desarrollo del país. Cuando la comunicación se utiliza con fines educativos y culturales para complementar el sistema de enseñanza escolar, enriqueciendo el plan de estudios de la educación básica y media o formando parte de él, para facilitar la conservación de formas tradicionales de expresión artística, propicia el acceso popular y el aprecio a las culturas indígenas, para apoyar las artes y abrir nuevos cauces a la expresión artística popular, estamos hablando de -- verdaderos medios de comunicación, a partir de los cuales también se puede generar cultura, información y educación.

En el aspecto político, la comunicación puede auxiliar a una sociedad a crear un sentido de unidad nacional y conciencia social que le permitan centrar su atención en los problemas nacionales. Todos aprendemos de los medios de difusión ya sea consciente o inconscientemente no sólo por el impacto cultural que estos pudieran tener, sino porque el proceso educativo es permanente.

Hasta hoy, en nuestro país se ha preferido usar a la radio como simple difusora que como creadora de cultura; difunde y populariza una cultura ajena, pero no ha convertido sus programas en propuestas políticas y sociales ni ha contribuido a desarrollar obras artísticas que renueven la vida cultural, así como tampoco ha contribuido significativamente a la educación y capacitación de la población.

La intervención que practica la clase dirigente local y foránea sobre la radiodifusión para convertirla en uno de sus principales aparatos de conducción cultural se realiza por intermedio del sometido--

miento de tres factores primarios que determinan su naturaleza dominante, estos son: la propiedad de los medios, su financiamiento - económico y el marco jurídico bajo el cual actúan. La propiedad - jurídica es la que en primera instancia determina la función ideológica, pues, es a través de ésta, mediante la cual el concesionario obtiene el derecho a usar y disponer del medio de masas y --- orientar su función cultural a la satisfacción de sus necesidades materiales e ideológicas, que como se mencionó anteriormente, coinciden con los intereses que moviliza a la clase en el poder. Este dominio y centralización de la posesión jurídica por parte de los grupos dominantes, afirma Javier Esteinou, constituye el fundamento político que permite manejar la producción, distribución y el - consumo de los bienes culturales que crean los aparatos de la cultura de masas, según los lineamientos privados. (16)

El financiamiento económico, constituye el segundo factor, especialmente en la transmisión de sus mensajes, que condiciona la función cultural desempeñada por la radiodifusión al interior de la superestructura social; el financiamiento de sus operaciones quedará su jeto a las políticas de aceptación o rechazo que señalan sus propietarios, ya que son estos quienes detentan el poder sobre dicho medio y quienes deciden el grado y la forma de orientación --- ideológica que se adoptará ante las diversas coyunturas por las - que atraviesa el desarrollo social.

En el marco jurídico que actualmente rige a la radiodifusión, se - pueden encontrar múltiples beneficios hacia los concesionarios, -- sin embargo, aún quedan algunas disposiciones legales de las cuales puede hacer uso el Estado para reorientar las actividades de - este instrumento en beneficio de la educación y la cultura. Tal - vez sea importante recordar que es precisamente el Estado al que - corresponde el dominio del espacio territorial y, en consecuencia el medio en que se propagan las ondas electromagnéticas en las cuales se encuentran comprendidos los canales destinados a la radiodifusión y que dicho dominio es inalienable e imprescindible.

El Estado también precisa su función de vigilar el debido cumplimiento de la función social de la radiodifusión de contribuir al -

fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana, afirmar los vínculos familiares, evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud, así como el de elevar el nivel cultural del pueblo, conservar la propiedad del idioma y exaltar los valores de la nacionalidad mexicana. (7)

Al mismo tiempo, el Estado se ha comprometido legalmente a promover la transmisión de programas de divulgación con fines de orientación social, cultural y cívica. (18) Aunque como apunta Raúl -- Cremoux, ningún artículo auspicia en forma clara y amplia, la participación estudiantil, popular, obrera, intelectual y campesina. (19)

Las estaciones oficiales y culturales que son en su mayoría las -- que han tratado de cumplir con estos objetivos, pueden ser definidas como lo hiciera Miguel Angel Granados Chapa en su Exámen de la Comunicación en México; "Abundante música clásica, ensayos radiados, alta calidad, poco auditorio. El resto de las emisoras universitarias la pasan mal, por la falta de recursos, por la escasa atención que le dedica un buen número de las autoridades universitarias y por su limitado alcance". (20)

Es verdad que existen varios obstáculos políticos y jurídicos que estorban la promulgación de una reglamentación y una operación de la radiodifusión que se identifique con la educación y la cultura, pero debe aprovecharse todo resquicio para el avance de estos objetivos, no será el primer acto al que se oponga la clase capitalista a lo largo de la historia mexicana y conseguir a través de la organización popular y la planeación intelectual y educativa en el campo de la información una serie de avances jurídicos y operativos, será la conquista de un elemento más para lograr nuestro verdadero desarrollo como nación.

Y qué es el desarrollo, es una relación dialéctica entre las crecientes necesidades humanas y la capacidad de satisfacerlas. Una mejor orientación de las funciones de los medios de difusión es -- una necesidad social, de una población que ya no puede prescindir --

de ellos, porque forman parte de su vida y de su cultura. Aquí - cabe una aclaración, los medios son poderosos pero no omnipotentes, pues de ser así el orden social sería inamovible y se cerraría toda posibilidad de cambio y además tendrían que olvidarse -- los proyectos tendientes a democratizar las estructuras comunicacionales para encausarlas a fines educativos y culturales.

No se trata de subestimar la relevancia de los medios, sino de -- conferirles su importancia real. "No podemos olvidar, afirma Máximo Simpson, que las concepciones de la realidad condicionan en gran parte, el carácter de la aproximación a la misma. Los medios -- como la familia, como la escuela -- constituyen un factor que en cierta medida gravita en la concepción que de la realidad tienen amplios sectores de la población. Pero este condicionamiento tiene un límite y las grandes convulsiones sociales nos muestran dónde se encuentra ese límite". (21)

Estamos ante la necesidad de hallar opciones para romper el monopolio que se ejerce sobre los medios de difusión y sobre la búsqueda de canales para un discurso que debe circular al margen de las prácticas actuales de la difusión masiva, estamos, pues, frente a la tarea, como pueblo subdesarrollado, de indagar y transformar el papel de la cultura de masas y de proponer y analizar la respuesta que como clases dominadas desde diversos niveles de conciencia, podemos instrumentar contra la agresión cultural que ejercen por medio de estos instrumentos la clase en el poder.

Estamos frente a un grupo fuerte y cohesionado de empresarios culturales que intentan modelar la sociedad con sus mensajes, pero -- también estamos frente al imperialismo cultural del cual ya existen, en nuestro continente, amplias manifestaciones de sus maniobras y campañas internacionales para desprestigiar todo proceso -- revolucionario.

Se nos habla de satélites que lograrán una integración nacional -- en un tiempo y costo sensiblemente menor al que requieren las carreteras, los teléfonos y las estaciones radioeléctricas que se --

enfrentan a la dispersión territorial, a las barreras naturales y a una composición social heterogénea; y se olvida con frecuencia que la integración nacional suele ser consecuencia de problemas - más complejos. Cabe poner como ejemplo el problema de la salud, - el cual se deriva directamente de la miseria y no de la falta de información, lo que en última instancia se requiere son alimentos, medicinas y agua potable y no estudios y equipos sofisticados.

Actualmente se nos justifica la compra de tecnologías muy avanzadas en materia de comunicación con el fin de ampliar la educación, la capacitación técnica y agrícola y superar la falta de maestros, equipo y edificios, pero hasta el momento no se ha hablado de un programa de culturas regionales, lo que hace pensar que la utilización del satélite en nuestro país se ejercerá mediante un control central que ignorará la diversidad cultural. "En la práctica, dice Héctor Schmucler, la solución satelital podría obliterar aún -- más las expresiones culturales locales." [22]

Todo indica que así será, pues no se han comprado estaciones terrenas transmisoras para ubicarse en provincia, sólo receptoras.

Por otro lado, basta con observar los planes de estudio de la educación primaria y secundaria para tener una idea precisa de la necesidad de dar coherencia a la enseñanza por medio de los medios - masivos de difusión. Desde que se hicieron las transmisiones de - radio en nuestro país, se han llevado a cabo por parte del Estado dos reformas educativas y tres planes nacionales de educación; en estos planteamientos no ha sido considerado ningún medio masivo co mo canal educativo, y mientras los propietarios de los medios de - difusión difunden tareas propias de la educación, como el concepto de nación, de historia, de patria, en pocas palabras, de realidad social, de patrón cultural y de actuación imperante, que se reproduce con apoyo de un sistema complejo de instituciones y redes --- ideológicas que pretenden modelar los actos y conciencia de los in dividuos. A través de estas funciones de conducción y sujetamiento, al igual que lo hace la educación, se forma la acumulación cul tural que formará parte de los cimientos ideológicos que sobre el concepto de país tengan sus habitantes.

Dentro del sistema general de aparatos ideológicos, el aparato escolar ha dejado de ocupar el papel dominante. De esta forma, en nuestro país, desde 1930, fecha en que se consolida la industria de la radiodifusión, la tarea de directriz cultural que ejercía el sistema educativo fue substituido por las funciones ideológicas -- que desarrollan los medios de transmisión electrónica. Al respecto, Javier Esteinou, al analizar la relación de los medios masivos y la construcción de la hegemonía, llega a la conclusión, de que "a partir del surgimiento y consolidación de los aparatos de difusión de masas, la sociedad civil de formación capitalista y su bloque histórico correspondiente, han sido afectados, modificados y refuncionalizados sustancialmente por el impacto que ha provocado la emergencia de la cultura de masas... Esta nueva posición estructural que conquistan los aparatos de difusión de masas, la obtienen a partir de las tareas sociales que ejercen por vía de las ideologías que inculcan." (22)

A través de estas prácticas ideológicas, los medios influyen en -- las áreas políticas, económicas e informativas del cuerpo social y llevan a cabo una modernización cultural a nivel masivo. Así, -- mientras los sistemas escolares, familiares, religiosos, políticos, etc., se dirigen a diversos públicos reducidos, que difícilmente alcanzan la categoría de masivos, los medios de información de masas se dirigen simultáneamente a una multitud de sectores constituidos por millones de receptores, ubicados en las regiones más -- apartadas y polarizadas de nuestro país.

En base a esta facultad de amplia difusión, la operación cultural que realizan los aparatos de información de masas es la de multisocializar al individuo. A diferencia de la socialización que lleva a cabo el aparato familiar, que inculca valores en función de sus necesidades internas, los medios, de manera más temprana que la escuela, impactan la conciencia de los agentes sociales hacia dentro y hacia afuera del aparato familiar. De esta forma, advierte Javier Esteinou, "se introduce gradualmente en el proceso contemporáneo de constitución de la conciencia social, un nuevo conjunto -- de soportes culturales que contribuyen sustancialmente a crear una mutación cualitativa en el proceso de creación de la conciencia so

cial desde el momento en que la transforman de un simple campo psicológico-cognitivo expuesto al contacto de relaciones locales y reducidas, a un campo psicológico-cognitivo expuesto al conjunto de las relaciones mundiales." (23)

Es por esto que no es extraño encontrar que la conciencia de los agentes sociales, antes de establecer contacto alguno con la función socializadora del aparato escolar, ya han sido ideologizados en una medida considerable por la labor que ejecutan los medios masivos.

Los niños empiezan a familiarizarse con los medios a partir de los tres o cuatro años, antes de asistir a la escuela y el número de horas diarias que dedican a consumir los mensajes transmitidos tiene como mínimo dos horas, duración que aumenta dependiendo de la edad y del contexto social, pues un niño de ciudad dedica un número mayor de horas en oír radio y ver televisión, substituyendo incluso sus horas de juego. (24)

Aunque los medios electrónicos no son la única fuente de información sobre los acontecimientos, éstos cada día desplazan más rápidamente a las revistas, los diarios y los libros como fuentes primarias de información y si a esto agregamos que la información que se difunde por radio y televisión siempre es privada de su contexto, lo que queda es el escándalo, casual, incomprensible, vacío de toda posibilidad de participación y responsabilidad; Hund, agregaría que es "una información que no busca primariamente el aumento del conocimiento de sus espectadores, sino la mayor influencia posible entre su comportamiento en cuanto a consumidores. No se trata, pues de noticias que puedan procurar una visión más amplia, -- una mejor orientación en el entorno o un fortalecimiento de la autoconciencia." (25)

Paralelamente a esta realidad, puede observarse la existencia de una relación directa entre el grado de desarrollo cultural de los individuos y el grado de contacto con el aparato global de la cultura de masas: a menor desarrollo cultural, mayor contacto con los aparatos de transmisión de masas.

Con esta capacidad de cobertura la clase dirigente complementa su poder hegemónico, lo cual le permite consolidar la protección de sus intereses dominantes y de los programas políticos que tienden a la conservación del sistema. Esto explica también por qué desde que los medios son concebidos como aparatos de socialización política, los principales candidatos de los partidos dominantes siempre los han utilizado prioritariamente para difundir sus programas políticos.

Sin llegar a la conclusión temeraria de que la práctica ideológica que desarrollan los medios de difusión es más completa de la que realiza la escuela, sí debe reconocerse, que a pesar de las contradicciones a la que está expuesta dicha práctica cultural y que varía según el medio de difusión empleado (radio, cine, televisión, prensa, etc.) este desarrolla un sentido colectivo de la realidad, que cada día, con mayor fuerza se instaura como consenso social. Hay hechos históricos que, de manera fragmentaria, nos muestran la función persuasiva que desde su etapa de afirmación cultural como aparatos de masas, hasta su etapa actual avanzada, han desempeñado los medios de difusión colectiva. [26]

Es importante destacar que cada aparato ideológico (escuela, iglesia, organizaciones jurídicas y políticas, etc.) no recurre a su propio sistema cultural para plantear su ideología particular, sino que actualmente todo el conjunto de instituciones ideológicas recurre a los medios de difusión como una extensión para reproducir en escala ampliada su específica tarea cultural. De esta forma todos los aparatos ideológicos, con diferentes estrategias, enfoques y grados utilizan a los medios como prolongaciones de las funciones que realizan.

Así, tenemos que el aparato educativo usa la radio y la televisión como continuación de sus funciones "educativas" y "formativas" y los aparatos ideológicos de orden político aprovechan estos avances técnicos para dar a conocer masivamente sus discursos y contar con elementos más favorables para obtener mayor consenso social en sus planes y decisiones. [27]

El aparato militar no ha escapado al aprovechamiento de los medios y se proyecta a través de estos en desfiles militares, ceremonias de abanderamiento y campañas de servicio social y reclutamiento.

Esta permeabilidad participativa que ofrecen los medios, los hace estar expuestos, a diferencia del resto de aparatos ideológicos, a un grado mayor de lucha entre las clases dominantes que controlan estos instrumentos o que tratan de tener mayor ingerencia en ellos.

Mientras más avanzada es la estructura monopólica de los medios, se observa que la participación de los sectores subalternos en su operación y dirección se reduce y por ello acuden a otras estrategias para participar en estos, creando alternativas o afectando directamente la dirección de los medios, como ya se ha puesto de manifiesto en los movimientos insurgentes latinoamericanos.

El ritmo de crecimiento de la población que demanda educación y capacitación para integrarse al sistema, ha hecho que el aparato educativo tradicional inicie ya la preparación de proyectos para corresponder a esta demanda por medio de la utilización de los medios de masas. Esta operación pedagógica de la cultura de masas no obedece, obviamente, a inclinaciones democráticas del gobierno en turno, ni por remordimientos de la clase capitalista, ni siquiera por esta necesidad apremiante de educación que requiere la población mexicana, sino por las modificaciones que está sufriendo la base material del modo de producción capitalista dependiente en su creciente fase de industrialización.

Así, la capacitación y educación a distancia por intermedio de los aparatos de información, surgen motivados por necesidades económicas y políticas acordes a la reproducción del capital privado.

De esta forma, la difusión masiva se revela como una fuerza que puede servir tanto para la liberación del hombre como para su opresión. El asunto de los medios, se presenta como un aspecto político, económico, social, cultural e histórico, el cual se debe considerar en un enfoque global, teniendo presente que su traspaso a manos del pueblo es un proceso que abarca a la sociedad en su conjun-

to.

No debe entenderse de lo anterior, que el sistema económico es determinante en la superestructura de una sociedad, sino que las representaciones del pensamiento del hombre que se reflejan en su desenvolvimiento político, jurídico, religioso, cultural y artístico interactúan entre sí y actúan también sobre la base económica.

Partiendo de esta premisa podemos establecer que una reestructuración educativa y cultural que abarque a los medios de difusión en nuestro país, podrá, de alguna forma, contribuir a transformar --- nuestro futuro. De aquí la urgente necesidad de reforzar la investigación en este campo para ir propiciando un nuevo proyecto pedagógico acorde a nuestras necesidades.

En nuestro país más del 50% de la población tiene menos de quince años y las cifras de escolaridad son bajas, la población se encuentra en su mayoría marginada de un proceso educativo completo, por lo que los medios pueden ayudar a cerrar esta brecha. La legalidad burguesa, apunta Hugo Gutiérrez Vega, algunas veces permite a los medios escapar de los controles impuestos por el sistema, podría agregarse a esta premisa que las propias contradicciones del sistema y la lucha de clases pueden contribuir a la transformación de nuestro panorama comunicacional y por ello a nuestra situación educativa. Gutiérrez Vega agrega en este sentido, que "cualquier solución parcial que se proponga para el problema de la enajenación producida por la información-negocio, que está al servicio de la clase social dominante, caerá en el ámbito del reformismo que busca la actualización del sistema con miras a su perdurabilidad... - El problema mayor sigue siendo el del cambio total del sistema, el cambio que sea capaz de crear un hombre nuevo. A pesar de todo, - importa decir esta esperanza... las cosas no tienen remedio, pero es indispensable tratar de cambiarlas." (28)

Aún y cuando esta conclusión se inclina a interpretar el fenómeno comunicativo como determinado por la estructura económica y como una necesidad de reacomodo que exige el proyecto de expansión del capital, reconoce también que es indispensable tratar de cambiar -

esta orientación.

Todo intento encaminado a la adopción de una política comunicativa acorde a nuestras necesidades educativas y de participación constituye un avance para alcanzar mejores metas para democratizar nuestra sociedad; y hacer que tales posturas sean incorporadas a los planes y proyectos de sectores sociales organizados como partidos políticos, sindicatos, organizaciones profesionales y estudiantiles constituyen una tarea que deberá fomentar expresiones concretas para acelerar este proceso.

El problema de la educación ha sido particularmente agudo cada vez que nuestro país toma nuevo impulso de crecimiento. El problema educativo se encuentra íntimamente asociado a los primeros días de la lucha por la independencia nacional; está asociado también a los primeros días del liberalismo mexicano, y lo fue de manera aguda en 1856 y 1857; en los días de la Constitución de 1917; en 1933 y 1934, en uno de los momentos de mayor expansión económica del país.

No es por ello nada extraño que en un momento como el que vivimos, lleno, éste, de necesidades inaplazables de desarrollo, el problema de la educación sea objeto de alusiones y discusiones múltiples, cuando lo que más caracteriza a nuestro país es la diversidad de culturas, costumbres, recursos naturales, formas de producción, estilos de vida distintos, incluso dentro de cada uno de los estados que conforman el territorio nacional.

Aún así, las diversas zonas del país enfrentan un conjunto de problemas comunes, a los cuales no se ha dado solución: la centralización, las formas de tenencia de la tierra, el sistema político, la orientación de los valores dominantes, el grado de urbanización y la falta de recursos para la educación y la salud.

Los presupuestos en el sector educativo aumentan continuamente sin que, por el momento, se vislumbre un desenlace satisfactorio. A partir de 1950, la totalidad de problemas educacionales arrastrados desde principios de siglo adquieren magnitudes inquietantes. -

Las ciencias de la educación ofrecen soluciones pedagógicas, pero la estrategia y las decisiones operan más en concordancia con la estadística que con la pedagogía y se empiezan a manejar conceptos más o menos novedosos como: educación permanente, autoaprendizaje, enseñanza abierta, etc.

Nuestra Constitución establece que la educación que imparte el Estado -federación, estados y municipios- tenderá a desarrollar armónicamente todas las facultades del ser humano y fomentará en él, a la vez, el amor a la patria y la conciencia de solidaridad internacional, en la independencia y en la justicia. Señala también que, la educación se mantendrá ajena a cualquier doctrina religiosa que será democrática, considerada la democracia no sólo como una estructura jurídica y un régimen político, sino como un sistema de vida fundado en el constante mejoramiento económico, social y cultural del pueblo; que tendrá un sentido nacional; que contribuirá a la mejor convivencia humana; que la educación primaria será obligatoria; y que toda la educación que imparta el Estado será gratuita.

Tal vez dentro de nuestro marco social sean inobjetables estos postulados, pero el problema estriba en su notable falta de operatividad. No obstante los esfuerzos que los gobiernos revolucionarios han desplegado para atender y extender la educación el panorama -- que ofrece en materia educativa es, en cierta medida, desalentador.

La existencia de niños sin escuela; la reducida escolaridad, la -- deserción escolar, su estructura exageradamente piramidal; la diferencias entre el medio urbano y rural, el academismo de los métodos y sistemas de enseñanza, son algunas de las características -- más importantes de nuestro actual sistema educativo.

Los esfuerzos que se realizan para incrementar el gasto no se traducen todavía en una plena satisfacción de la demanda educativa, -- sobre todo en el medio rural, y sin embargo, tampoco puede afirmarse que dicho gasto alcance su máxima eficiencia económica, esto es, que no existan algunos desperdicios.

Es menester analizar los beneficios económicos que el sistema educativo reditúa a los distintos grupos de ingreso, es decir, tratar de clasificar a qué grupos sociales beneficia la educación, - pues pareciera que en algunas zonas de nuestro país el sistema -- educativo lejos de atenuar las desigualdades las acentúa. Con -- ello, cabría preguntarse si son reales las posibilidades de descentralización o si en todos sus aspectos el país tendrá que continuar su crecimiento con fuertes desequilibrios regionales.

Por otra parte, habrá que precisar el nivel escolar en que realmente se adquieren los conocimientos sobre lectura, escritura y - aritmética elemental. Tratar de determinar la forma de conservar estos conocimientos una vez que se ha desertado de la escuela; y estimar el costo que representa la adquisición y la conservación de estos conocimientos en el medio rural.

Analizar estos objetivos permitirán sugerir reformas a la educación que se imparte, en cuanto a proporcionar conocimientos más - acordes con la actividad del medio en que se desenvuelven los individuos, sujetos a la educación formal e incrementar la capacidad del educando para hacer frente al medio natural, económico y social. Al mismo tiempo, si se demostrara que no se han proporcionado conocimientos útiles que incrementen esta capacidad, la política de emplear mayores recursos para obtener más del mismo sistema, tendrá que ser revisada.

Señalar el carácter académico de la enseñanza no implica afirmar que no se transmiten conocimientos útiles o que se quiera establecer una diferencia substancial entre el contenido de la enseñanza por regiones o áreas. Todo asistente a la escuela debe recibir - los mismos conocimientos de carácter universal, lo que se desea - enfatizar como carácter académico es la escasa correspondencia entre la enseñanza impartida y las actividades productivas que se - desarrollan en los diferentes medios.

Por ello es deseable que los pocos años de estudio de educación primaria que se realizan, capaciten a las personas para hacer --- frente a las condiciones de su medio ambiente, físico, económico

y social. Los recursos del sistema educativo mexicano en el medio rural se desperdician en gran proporción, como lo muestra un estudio realizado por el Colegio de México al apreciar empíricamente, mediante una prueba de alfabetismo funcional que se aplicó a escolares y jóvenes desertores. (29)

Son grandes los recursos que el sector público destina a la educación para hacer frente a la demanda educativa, cuyo crecimiento deriva del aumento de la población. Sin embargo, estos recursos han tenido primordialmente un enfoque cuantitativo, pues frente a la presión demográfica se construyen escuelas, se proporcionan elementos materiales, se nombran más profesores, pero todo ello se expresa en términos cuantitativos, como si de este aspecto se fueran a resolver los problemas que afronta el sistema educativo.

Al margen de las dificultades cada vez mayores para ampliar las fuentes de financiamiento de la educación, y de no satisfacer totalmente la demanda actual, tampoco el gasto actual registra su máxima eficiencia y existen desperdicios derivados de los métodos y sistemas académicos en vigor, así como de la desorganización en el sector. (30)

Por ello se subraya que las orientaciones no deben de ser sólo cuantitativas, sino cualitativas; se deben superar de manera sustancial los procedimientos académicos, los métodos, los sistemas de enseñanza y buscar capacitar en el menor tiempo posible a quienes no pueden seguir estudiando para que puedan desenvolverse en mejores condiciones en el mercado de trabajo.

Es conocido que en el país se registra una escolaridad en extremo reducida. Conforme a los datos presentados por COPLAMAR, para inicios de esta década tenemos un 25.8% de población analfabeta, un 31.6% sin ninguna instrucción, un 38.8% de población con primaria incompleta y sólo el 29.5% con primaria completa. (31)

De estas cifras puede advertirse que tenemos un alto índice de deserción y que este fenómeno constituye un fuerte desperdicio tanto para el Estado como para el individuo. Asimismo, las dife-

rencias que existen entre el campo y la ciudad son muy profundas. En tanto que en el medio urbano el 55% de los niños termina el --sexto de primaria, en el campo sólo se logra el 9%. Es probable que quien asiste únicamente un año o abandona la escuela no es capaz de recibir conocimientos que pueda conservar; por este motivo el gasto que se eroga en su atención prácticamente no tiene rendimiento alguno. Y si a esto agregamos que el 90% de las escuelas urbanas ofrecen los seis años de primaria y sólo el 18% de las rurales lo imparte, podremos concluir que se refleja un notorio ---atraso en el medio rural.

Del estudio citado, realizado por el Colegio de México en 19 comunidades de diversos estados, se encontró que casi en la totalidad de comunidades visitadas faltan maestros; la asistencia escolar disminuye apreciablemente durante la época de siembra y cosecha; es muy escaso el diálogo entre alumnos y maestros por el carácter del sistema educativo, el alumno es un ente receptor de conocimientos y el profesor el transmisor de los mismos; la mayoría de los profesores entrevistados opinaron que no es posible aprender las reformas educativas dadas las condiciones en las que fueron impartidos los cursos de capacitación correspondientes; en muchos casos no hablan recibido completos los libros de texto para los --dos primeros años y no disponen del material didáctico que se exige en los mismos; se estima que del total de egresados de las 19 escuelas visitadas, sólo el 2% continúa sus estudios de secundaria; la mayoría sigue trabajando en actividades agrícolas y en el caso de las mujeres en las labores domésticas.

Dadas las condiciones precarias en que viven los pobladores de estas 19 comunidades, su alimentación es deficiente y ninguna de --las localidades visitadas cuenta con servicios médicos o asistenciales, o algún centro de salud que ayude a disminuir la cantidad elevada de enfermedades intestinales que sufren estos pobladores por falta de agua potable; muy pocas cuentan con correo, líneas --de autobús o teléfono y existen algunas que aún no cuentan con el servicio de energía eléctrica y drenaje; aunque son comunidades -- eminentemente agrícolas no cuentan con apoyos crediticios ni técnicos.

Por otra parte, las escuelas se encuentran mal orientadas, sin mobiliario escolar o este se encuentra inservible y en algunos casos los padres reportaron mal trato a sus hijos por parte de los maestros.

Los métodos de enseñanza no gozan de la simpatía de los maestros, quienes consideran que no pueden aplicarse o se aplican a medias, supliendo las fallas con la experiencia que tienen en la enseñanza, pues consideran que los métodos son más bien aplicables a los niños de zonas urbanas que a las rurales.

Este análisis es ilustrativo, porque refleja en su gran mayoría las condiciones en las que viven los cientos de comunidades que se encuentran a lo largo de nuestro territorio y en donde como dato curioso, se encontró un alto índice de penetración de medios masivos como la radio, los comics y el cine.

La escuela de hoy permanece inmutable en una sociedad en transición, constreñida por problemas que exigen soluciones cada vez más rápidas y eficaces. Pretender que la escuela sea la única vía educativa, ha identificado peligrosamente a la educación con la escolarización, por lo que es premisa fundamental distinguir estas funciones para poder planificar en forma adecuada cualquier labor educativa. Sólo así la escuela pasará a ser uno de los medios que se emplean para la educación. Las condiciones están dadas para que se utilicen otros medios alternativos a la escuela. Esto plantea la necesidad de modificar el sistema educativo a partir de nuevos principios, procurando aprovechar de manera integral los recursos de los que se dispone, integrando la educación al contexto real del país.

Esta nueva pedagogía deberá considerar todos los aspectos convergentes del proceso educativo, entre los que se encuentran los medios masivos. El objetivo no es terminar con la escuela sino favorecer otro tipo de acciones educativas fuera de la escuela y que ésta pierda el control exclusivo que ejerce sobre la educación. Se trata pues, de un aprovechamiento integral de los recursos educativos, olvidar el paternalismo, la sobrevaloración -

y partir de las necesidades del contexto social y romper con la educación unilateral.

En sus planteamientos hacia una educación del futuro, Jaime Castrejón, afirma que "los medios de comunicación tal y como son utilizados por la sociedad de consumo, constituyen también una escuela mucho más vertical, y alienadora y masificadora de la escuela tradicional, por lo que la escuela, al ignorar estos, a dado la espalda a la realidad social planteada por ellos". (32)

Se pretende que los medios de difusión sirvan no sólo para recibir - contenidos, sino también como forma de expresión para retransmitir - los propios contenidos del alumno y que de esta forma asuma las dos posiciones en el proceso comunicativo, para lo cual será necesario - una mayor descentralización, buscando la participación de la comunidad, que orille a la escuela a estar más cerca de la sociedad y a -- que ésta tenga una actitud más comprometida hacia aquella.

Pero, antes de llevar a cabo estos planteamientos el sistema educativo tendrá que contestar a la pregunta: ¿Educar para que, con que fin? Una vez que la sociedad decida sobre esta pregunta, colocaremos las formas de educación dentro de los objetivos sociales que se haya dado a este interrogante. Los progresos realizados en los métodos y - medios pedagógicos así como el desarrollo de la tecnología y la industria, permiten a la sociedad alcanzar este objetivo con mayor facilidad.

La tecnología educativa y la inserción de los medios en el aula hacen necesario conocer los lenguajes visuales y auditivos que manejamos cotidianamente, para utilizarlos con mayor eficacia en el medio educativo. Los elementos fundamentales de la comunicación se han -- subdividido en múltiples formas; se habla de emisores, códigos, medios, recursos, mensajes, receptores, marcos de referencia, lenguajes, y formación social. Sin embargo, lo más importante de rescatar de este laberinto es que a partir de la interrelación que guardan to dos los medios es como se pueden producir diversos procesos educativos. En un proceso de transformación todo medio de comunicación es válido, lo importante es qué se expresa a través de él y más importante aún, quiénes se expresan.

Aún y con todas las ventajas de la comunicación masiva, la comunicación interpersonal es la más humana, ninguno de los otros tipos de comunicación establecidos puede reemplazarla sin correr el riesgo de -- deshumanizar al hombre, es por ello que uno de los objetivos fundamentales de la utilización de los medios de difusión, es que a través de ellos se propicie la comunicación interpersonal y grupal.

En el proceso de comunicación, el medio es el intermediario que transporta todos los mensajes a través del espacio y el tiempo. El creciente interés por estos medios, se debe entre otras razones, a que -- al llevar al aula experiencias simuladas tan cercanas a la realidad, -- no sólo vivifican la enseñanza influyendo favorablemente en la motivación, la retención y la comprensión, sino que también, dada su capacidad para vencer las barreras de la comunicación, ahora pueden introducirse elementos nunca antes disponibles en la enseñanza.

Sin embargo, cómo se va a educar o capacitar a un individuo, si éste no habla el mismo lenguaje, si no sabe leer ni escribir, si no comparte el mismo código fundamental de relación social. En un país donde el índice de analfabetismo es muy elevado, la radio resulta ser un medio de difusión más funcional para la educación. La televisión en -- nuestro país, tiene un alcance aproximado de cinco millones de hogares y la radio alcanza casi los nueve millones de hogares y no es -- difícil advertir quiénes no ven televisión, es decir, que la mayor -- parte de la población cuenta con un aparato receptor de radio. La televisión cubre las ochenta o noventa ciudades más importantes de la -- República y la radio prácticamente a todas las poblaciones del país, -- además de que operar e instalar una estación transmisora de televisión, requiere una inversión quince veces mayor a la de una estación de radio.

De cada diez habitantes, nueve tienen radio, lo que demuestra su mayor alcance, además de contar con el radio de transistores y la -- miniaturización la cual facilita el desplazamiento de los receptores cerca del lugar de trabajo.

Por otra parte, la producción de programas originales, a menudo hace que la televisión sea demasiado costosa y su audiencia esté limitada a las zonas urbanas, la radio por el contrario es el medio más bara-

to en cuanto instalaciones, producción y costo exigido a los consumidores. Al mismo tiempo, el aumento incesante del tránsito vehicular a contribuido también a aumentar la influencia radiofónica. Según un estudio de la UNESCO, es el medio más extendido en el mundo; existen mil millones de aparatos receptores en nuestro planeta, uno por cada cuatro habitantes. (33) La combinación radio-telefóno ha facilitado el contacto de las estaciones emisoras con el público y su organización se presta a una mayor flexibilidad que los otros medios y es incuestionablemente popular.

En este sentido, es importante destacar que aún siendo el de mayor penetración en nuestro país, los investigadores de la comunicación han descuidado las actividades de la radiodifusión en comparación con el resto de los medios de difusión.

En relación a los medios impresos, la radio cuenta con la ventaja de no exigir al receptor los conocimientos de la escritura y la lectura. Los diarios y revistas se concentran en las grandes ciudades, la distribución por regiones es muy desigual y corresponde al diverso grado de desarrollo interno; el receptor tiene acceso a la información sólo a través de la palabra impresa, por lo que su éxito como auxiliar en la educación, depende de la habilidad para la lectura y comprensión del estudiante y requiere un desembolso por parte del receptor.

En relación a los comics, la radio no requiere constantes inversiones ni la lectura, ni los gastos que implica la impresión de este medio, aunque hay que reconocer que éste tiene un gran alcance entre las clases populares y que requiere un bajo nivel de lectura, por los elementos visuales que posee.

Con respecto al cine, éste posee grandes ventajas como medio educativo, pero los altos costos de producción lo hacen un medio poco accesible para fines eminentemente educativos, aunque en nuestra sociedad es un medio muy popular.

De lo antes expuesto, no debe concluirse que la radio es el único medio de difusión que puede emplearse para la educación, ya que --

ninguna forma de comunicación debe subestimarse, pues están ligadas unas con otras, sin embargo debe reconocerse que existen formas más desarrolladas que otras y que pueden aprovecharse estas -- ventajas para seleccionar adecuadamente los medios y las estrategias más eficaces que permitan acelerar el proceso educativo.

Por otra parte, es oportuno recordar que estos medios no son los -- únicos que pueden aprovecharse para mejorar el proceso educativo, -- sino que existe una gama muy amplia y a veces menos costosa que -- puede aplicarse según las necesidades, el contexto, la cultura y -- las experiencias del receptor. Guillermina Baena Paz, propone --- otros instrumentos auxiliares que van desde el folleto, el volante, el desplegado, la carta, la calcomanía, las diapositivas, las filminas, el cassette, los dibujos, las mantas, los sobres, hasta los timbres, las dramatizaciones, el teatro guiñol y el mitin. (34)

N O T A S

1. Arriaga Patricia, op cit. p. 10-11
2. Cfr. Bernal Sahagún, op cit. p. 87
En este sentido, Fatima Fernández apunta que en números redondos, cien anunciantes controlan el 90% del gasto publicitario. Gasto que en 1980 podían efectuar únicamente las --- grandes empresas, dado el costo de los espacios publicita--- rios.
3. Quizá por ello esté definido en nuestra legislación, que la industria de radio y televisión es una actividad de inte--- rtes general, para que los concesionarios elijan a quien --- prestar este servicio.
4. Cfr. Morales Serrano, Ella, op cit. p. 126, 127 y 128
5. Bernal Sahagún, Víctor, op cit. p. 84
6. Ibid. p. 201
7. Prieto Castillo, Daniel, Diseño y Comunicación, UAM, 1982, - p. 25.
8. Esteinou Madrid, Javier, "El condicionamiento social de los medios de comunicación", en Seminario de Comunicación Social, UAM, 1983, p. 48
9. Silva, Ludovico, "Medios de Comunicación, ideología y estrategia imperialista", en Cuadernos del Centro de Estudios de la Comunicación, UNAM, No. 5 p. 19

10. Gutiérrez Vega, Hugo, Información y Sociedad, Ed. FCE, 1974 p. 31
11. Esteva, Gustavo, "La Política nacional de Comunicación Social en México", en Aportes de Comunicación Social, Tomo I Presidencia de la República, 1980, p. 131.
12. loc. cit.
13. et. al., La influencia de los medios masivos de comunicación en el habla, SEP. 1982, p. 9
14. Cfr. Block de Behar, Lisa, El lenguaje de la Publicidad Ed. - Siglo XXI, 1977, p. 72
15. González César, "El lenguaje y los medios de comunicación", - en La influencia de los medios de comunicación en el habla - SEP, 1982, p. 17
16. Esteinou Madrid, Javier "La utopía de la comunicación alternativa en el aparato dominante de la cultura de masas", en - Comunicación Alternativa y Cambio Social, UNAM, 1981, p. 46.
17. Pinto Mazal, Jorge, Régimen Legal de los medios de comunicación colectiva, UNAM, 1977, p. 323, Artículo 5 de la Ley Federal de Radio y Televisión.
18. Ibid. Artículo 6
19. Cremoux, Raül, op. cit. p. 128
20. Granados Chapa, Miguel Angel, op. cit. p. 90
21. Simpson Grinberg, Máximo, "Comunicación Alternativa: Dimensiones, límites, posibilidades", en Comunicación Alternativa y Cambio Social, UNAM, 1981, p. 124

22. Schmucler, Héctor, "25 años de satélites artificiales", en Comunicación y Cultura. No. 9, UAM, 1983, p. 43
23. Esteinou Madrid, Javier, Los medios masivos y la construcción de la hegemonía, Ed. Nueva Imagen, 1983, p. 63-64
24. Tal inclinación está determinada por el nivel socioeconómico, la clase social, el lugar de residencia (rural o urbana) el tipo de escuela, (pública o privada) la edad y la escolaridad que se tienen. Un estudio realizado por el Centro de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad Andhuac, confirmó que el niño del Distrito Federal, ve en promedio 3 horas y 35 minutos de televisión. De una muestra de 2,047 niños, el 32% destina más de 5 horas diarias a ver televisión. ibid. p. 78
25. Hund, Wulf, Comunicación y Sociedad, 1977, p. 27
26. Tal vez como ejemplos ilustrativos podrían mencionarse "La guerra de los mundos" o el "Milagro Brasileño", o los sucesos de 1973 en Chile.
27. La Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales - puesta en marcha en 1979, muestra esta prolongación cultural de los partidos políticos a través del aparato ideológico de masas. Debe mencionarse también el aparato religioso, que en las ponencias presentadas en el Foro de Consulta Popular de Comunicación demandó que se le otorgaran radiodifusoras para ser operadas y controladas por la iglesia católica mexicana.
28. Gutiérrez Vega, Hugo, op. cit. p. 114
29. et.al. Alfabetismo Funcional en el medio rural, Colegio de México, 1980.

30. COPLAMAR, Necesidades Esenciales en México: Educación Ed. Siglo XXI, 1982, p. 66-67
31. Ibid. p. 51
32. Castrejón Díez, Jaime, La escuela del futuro, Ed. FCE, 1975, p. 46.
33. Cebrián, Juan Luis, Los medios de Información de masas, Ed. Salyat, 1982, p. 12
34. Baena Paz, Guillermina, Lecturas sobre comunicación educativa, FCPS, UNAM, 1981, p. 15-20

CAPITULO IV PANORAMA DE LA EDUCACION ALTERNATIVA

A partir de las diversas necesidades que se le han presentado al aparato educativo, éste ha tratado de instrumentar y desarrollar varias alternativas que le permitan cumplir con sus funciones. Con este objetivo, se han aplicado una serie de estrategias que los estudiosos de las ciencias de la educación han dado en denominar "educación alternativa".

Entre dichas estrategias, se encuentra la utilización de los medios de difusión de masas, lo que también ha provocado que en los últimos años, en el área de las comunicaciones, se investigue la relación que guardan estos instrumentos con la educación y con el cambio social. Estos estudios se basan en una serie de experiencias que a veces --- planeadas, a veces espontáneas, se han realizado principalmente en --- nuestro continente como parte de la llamada "comunicación alternativa".

En el presente capítulo, se tratará de establecer el punto en donde estas dos instancias convergen, y al mismo tiempo, estudiar el desarrollo de ambos conceptos, aplicados en prácticas concretas llevadas a cabo en varios países latinoamericanos, en donde, con mayor intensidad, se han aplicado en las tres últimas décadas.

La educación es un proceso transformador, que concientiza para transformar los diferentes niveles de la realidad. En este proceso, el hombre adquiere el conocimiento de las leyes generales y particulares del movimiento, el dominio de los métodos de investigación y --- aprende a convivir con sus semejantes, es como apunta Freire, en donde el hombre descubre que es un ser de relaciones y no sólo de contactos, que no sólo está en el mundo sino con el mundo. (1)

De esta forma, el término educación, se refiere no sólo a la adquisición de conocimientos simbólicos o a las destrezas motoras, sino que

incluye también los cambios en la esfera emocional y la reorganización del mundo perceptual.

En el proceso educativo, el maestro sigue siendo pieza clave y elemento insustituible en el núcleo esencial de proceso de enseñanza-aprendizaje. El educador es el único que puede transmitir calor de humanidad y acento de cordialidad en el acto pedagógico.

Sin embargo, las alternativas en el plano de la educación ya han pasado a otro nivel, ya no se trata de discutir si los avances tecnológicos convienen a la educación, por que éstos están ahí, en el hogar, en la calle, en el ocio. Mientras se ha venido discutiendo acerca de la posible sustitución del maestro por los medios; muy pocos se han percatado de que, en cierta manera, lo han ido sustituyendo.

A partir de las cuatro últimas décadas, se ha agravado la crisis mundial de la educación, países tradicionalmente atrasados se percatan de que con unas mayorías analfabetas es imposible soñar con el desarrollo. Hay que enseñar a más gente, más cosas, más rápidamente y mejor.

En estas circunstancias, se han llevado a cabo programas para buscar una solución a estos problemas educativos dentro y fuera de la escuela, lo cual ha permitido introducir en algunos países una nueva tecnología educativa, fundamentada en: la psicopedagogía, la instrucción programada, la dinámica de grupos, las ciencias de la comunicación, la informática, la cibernética.

Esto, conduce a considerar a la escuela como una de las fuentes de la educación y no como la única y exclusiva, porque si se evalúa la acción global de otros aparatos ideológicos, tenemos que éstos actúan en forma permanente y de modo más constante en el proceso de formación del hombre, lo cual lleva a constatar el papel exagerado que se le ha atribuido a la escuela, pues fuera de esta también se aprende. La escuela no puede cubrir todas las numerosas dimensiones de la personalidad humana.

De esta forma, el desarrollo de las ciencias de la educación, han establecido varios tipos de educación: la escolar formal, escolar no formal, no escolar formal y no escolar no formal. La escuela re presenta la primera de estas formas; lo escolar no formal se da por medio de cursos de capacitación y actualización etc.; lo no escolar formal, mediante cursos por correspondencia, sistemas abiertos, etc.; y por último, lo no escolar no formal puede considerarse toda aquella educación que proviene de la convivencia, sea la familia, el lugar de empleo, los medios de difusión (2)

Estas formas educativas cada día se hacen más eficaces no sólo por las aplicaciones tecnológicas, sino porque son más fáciles de establecer en base a su menor costo económico y también en su menor costo social, por lo que un mayor equilibrio entre estas poco a poco irá restando énfasis a la escuela. Será una educación integral con toda su riqueza y variedad de formas, tanto en las situaciones de la vida individual como con su relación con la comunidad. No se puede concebir una educación que no esté integrada a todo el proceso de la actividad social.

Es por ello, que las estrategias deben ser producto de un cuidadoso análisis, del que deben resultar metas específicas, modelos alternos de ejecución y la preparación para construir mecanismos con proósitos de retroalimentación y evaluación. Su función se orientará a obtener una vinculación con instituciones y entidades extraescolares de tipo familiar, comunal, sindical, empresarial, religioso, militar, etc.; otorgándoles la responsabilidad de la función educativa. La razón de esta medida, como se apuntó anteriormente, radica en que el aparato educativo empieza a reconocer sus limitaciones en el plano escolar, lanzando posibilidades de conductos abiertos para un concepto amplio de educación que abarque todas las esferas sociales, convirtiéndose en una educación permanente. En esta estrategia, la figura del maestro no tiende a desaparecer, sino a modificarse dentro del contexto del sistema educativo, la cual propicia una nueva actitud en el alumno: la participación. (3)

Fuera de estas perspectivas futuras, actualmente el sistema educativo en nuestro país, y en todos los países de la órbita imperialista,

está orientado, salvo raras y muy honrosas excepciones al simple alfabetismo.

La mayoría de los programas se aplican en las poblaciones rurales -- que en las urbanas, ya que éstas, debido a su mayor densidad de población, encuentran más oportunidades de educación escolar, aunque estas no superan el modelo de información escolar que ofrecen.

Por lo general, la educación no formal se refiere a los programas organizados, no escolares, que se proponen brindar experiencias particulares de aprendizaje a ciertos sectores específicos de la población. La mayoría de estos proyectos educativos, se dirigen a los -- adultos y jóvenes que desde el punto de vista económico, pueden considerarse marginados, e incluyen la extensión agrícola, el desarrollo de la comunidad, la capacitación técnica, la alfabetización y -- educación primaria, la planificación familiar y otros programas del mismo tipo.

Estos esfuerzos de educación no formal, se basan sobre un modelo de cambio social de orientación humana, es decir, tratar de cambiar la condición interna o la conducta del hombre, sin tener en cuenta las restricciones materiales y estructurales del sistema social.

En América Latina, pueden verse con cierto pesimismo las posibilidades de educación no formal, dado que su historia es ya bastante larga y algo desalentadora. Cuando se combinan estos antecedentes con los obstáculos estructurales e ideológicos que debe enfrentar dicha educación, es probable que este pesimismo no sea gratuito. La movilidad social no es sólo asunto de educación y adiestramiento técnico, es asunto fundamental de estructuras.

El requisito para el cambio social, o un aspecto paralelo a él, es la organización de las masas para lo político, lo económico y lo educativo y la mayor parte de estos programas implican un mejoramiento cognocitivo, afectivo, físico pero muy pocas veces se toca el aspecto material de los participantes, pues siguen desempeñando sus habituales actividades dentro de la sociedad.

Otros programas tienen fines concretos que son manejables y facti---

bles; estos son pequeños y buscan cambios de menor importancia, evitan los enfrentamientos directos e intentan cierta apertura de las estructuras: estos son, a veces, los únicos que pueden tener éxito.

Aunque la dirección de estos programas puede surgir internamente, -- dentro de los mismo participantes, es más común que quienes los inician, los orienten y los apoyen sean agencias o instituciones externas o personas de afuera. Aún cuando los gobiernos tienen cierta participación en ellos, la mayoría de las instituciones que los realizan son agencias privadas, sin fines de lucro, cuyos fondos provienen de agencias nacionales o internacionales, iglesias u organismos humanitarios.

Dentro de estos proyectos educativos dirigidos, se trata de capacitar a los participantes para aprender nuevas formas de manejo de su medio social y físico. [4]

Sin embargo, la educación institucionalizada o no, refleja por lo general un orden socioeconómico y político preexistente. Por lo tanto, la educación es pocas veces un agente de cambio; sí sirve, por lo común, para reforzar las reglas asociadas a un determinado modo de vida.

Si un programa educativo o de microcambio social supera el cambio -- cuantitativo y adopta objetivos o métodos que parezcan amenazar los intereses creados dentro de la estructura social, debe ser tan pequeño que no atraiga la atención de los que pueden perder mucho si tiene éxito.

Debido a las limitaciones vinculadas con la institución escolar y a su tendencia a no considerarla como un proceso que vincula al hombre con su medio, y debido también a las presiones sociales y a la limitación de los recursos financieros para perpetuar el modelo escolar, hay quienes han pensado que se debe superar la concepción de que la escuela es el único ampliamente aceptado de educación organizada. En la década de 1950 y gran parte de la siguiente, se pensó que en materia educativa la única forma de adelantarse al crecimiento de la

población era multiplicar las escuelas. Se suponía entonces que la escuela era un medio importante para el cambio social y el proceso de desarrollo nacional. Aunque en este modelo de expansión escolar estaban implícitos los objetivos ocupacionales y nacionales, la fe en la educación escolar para el desarrollo económico superaba a las demás estrategias que convergen para superar los males del subdesarrollo.

Sin embargo, en los últimos años, los educadores y los científicos sociales fueron perdiendo sus ilusiones respecto a la capacidad de la escolaridad formal para lograr satisfactoriamente esos fines de largo alcance. Esa desilusión, quizá debida al hecho de haber sobrestimado la capacidad de la escuela respecto a los problemas que debía enfrentar, sea la razón que explica fundamentalmente el actual interés por la educación alternativa.

Un estudio realizado por CONACYT en 1981, llega a la conclusión de que la expansión escolar constante y la consecuente elevación gradual de la escolaridad del conjunto de la población han contribuido a aumentar la capacidad productiva de la población económicamente activa. Pero el analfabetismo real y funcional, la deserción escolar, el rezago educativo y la insuficiente vinculación entre el sistema educativo y el aparato productivo impiden afirmar que la educación nacional haya formado la fuerza de trabajo que necesita el actual y futuro desarrollo independiente del país. (5)

Según los planteamientos hechos en la misma investigación, las tendencias internacionales de educación no formal recibirán un gran impulso en los siguientes años, que modificará profundamente la configuración y la concepción misma del sistema educativo. Si actualmente más de un 50% de la población mayor de 15 años no ha terminado su educación básica, y si este rezago educativo continúa creciendo, es previsible que se concentren esfuerzos para superar esta situación. En consecuencia, para fines del siglo, se habrán organizado modelos de educación de adultos adaptados a las situaciones en que estos se encuentran, con incentivos, formas de comunicación y apoyos técnicos muy diversificados.

Además de los modelos de educación básica, habrá otros orientados a la capacitación para el trabajo, que funcionarán estrechamente vinculados con los sectores productivos. (6)

En relación a la educación informal, la aceleración del desarrollo económico y social en los próximos veinte años y la creciente concentración urbana de la población, hacen previsible que se incremente el potencial educativo de todas las instituciones sociales. Estas -centros de trabajo, sindicatos, medios de difusión- son competencia educativa del Estado en cuanto que debe vigilarse que la educación informal esté en consonancia con los objetivos y valores que norman la educación nacional.

La educación informal es el proceso que dura toda la vida, por lo cual cada persona adquiere y acumula conocimientos, capacidades, actitudes y comprensión a través de las experiencias diarias y de la relación con su medio; la educación no formal es toda actividad educativa organizada y sistemática realizada fuera de la estructura del sistema formal, para impartir ciertos tipos de aprendizaje a ciertos grupos de la población. La diferencia principal entre estos dos procesos consiste en que el deliberado énfasis en la instrucción y en el programa que existe en la educación no formal no está presente en la informal. Por su parte, la educación formal es el sistema educativo institucionalizado, cronológicamente graduado y jerárquicamente estructurado.

Aunque está adoptándose con mayor frecuencia el modo de educación no formal, las actividades de cambio social a las que éste se refiere muchas veces abarcan también la educación formal.

La mayoría de esos programas tienen detrás una larga tradición histórica en sus intentos de proporcionar educación a jóvenes y adultos para quienes la educación formal no resultó adecuada o fue inabarcable. Estos programas incluyen la extensión agrícola, el desarrollo de la comunidad, la concientización, la capacitación técnico vocacional, la alfabetización y la educación básica, la salud y la planificación familiar, las cooperativas de consumidores y productores, etc. A veces la educación no formal es el principal mecanismo para introducir el cambio y sus intervenciones pueden completarse -

con emisiones de radio, periódicos locales o pláticas.

Pero por lo general se trata de programas aislados que no forman parte de un proyecto más integrado, en el cual la educación desempeña un papel de componente y no de agente exclusivo.

La gente, en la mayoría de estos programas, es considerada como recipientes vacíos que esperan ser llenados con la información que otros creen que deben conocer. Los misioneros, los que trabajan en el desarrollo de la comunidad y los agentes de extensión son los culpables de fomentar esos enfoques "bancarios" del proceso educativo, -- así como los maestros de la escuela. Parecen suponer que a partir de que una persona adquiere conocimientos, desarrollará los canales constructivos para cambiar la realidad, y lo más probable es que se sienta frustrada al no encontrar resultados y respuestas inmediatas, o al constatar que los conocimientos adquiridos no concuerdan con la realidad o no son prácticos.

Cuando un estudiante participa en un programa educativo en el cual -- prevalece la concepción "bancaria", éste encuentra permanentemente -- un medio paternalista en el que se le trata como un objeto inferior, en lugar de considerársele como un sujeto dignificado. En el campo de la escuela se puede ganar mucho, tratando a los demás como colaboradores y no como recipiente; como individuos capaces y no como retrasados y como un producto de su medio y su cultura en lugar de desdichados que no tienen un estilo de vida considerado por algunos como el más adecuado para todo el mundo.

Existe casi un consenso universal sobre el hecho de que los agentes de cambio deben comprender la condición interna de los participantes y basarse en ella. Numerosos estudios de caso confirman que los esfuerzos de cambio fracasan repetidamente cuando el agente actúa según sus propias percepciones y descuida las de las personas a las -- que se propone servir. Al respecto, Guillermina Baena afirma, en relación al área rural, que la problemática psicosocial del campesino, su lugar dentro de la historia del país y del mundo deberá ser el -- primer paso concreto que tendrá que estudiarse con profundidad y en el campo mismo, conviviendo con los campesinos. (7)

Es obvio que los problemas que enfrentan estos proyectos son su falta de coordinación programática con los que realizan otras agencias de servicio social, para integrarse a programas más amplios y por -- otro lado, la falta de articulación entre la educación y el mundo -- del trabajo. José Blat, en su estudio sobre la educación en América Latina y el Caribe, pone de relieve la magnitud de los desajustes -- existentes actualmente entre educación y empleo y considera que la -- población juvenil entre los quince y los veinticuatro años son los -- más afectados por esta situación y la frustración que esto origina, -- en el plano individual y el fomento de malestar social que supone, -- constituye uno de los mayores riesgos que se ciernen sobre la paz so -- cial. (8)

Es necesario partir del supuesto de que la crisis por la cual atravesaba la educación no es sólo una crisis de métodos de enseñanza -- aprendizaje, tecnología educativa, sino del contenido de la enseñanza, el cual no se encuentra aislado, sino inmerso dentro de una crisis más general. Como todo hecho social, la educación necesita del esfuerzo de diversos sectores hacia un fin común. Pensar que la educación por sí misma va a transformar la totalidad del ámbito social es un concepto ya superado, la nueva educación requiere de otras instituciones (políticas, económicas, familiar, cultural, religiosa) -- que trabajen con la misma finalidad y que no se entorpezcan mutuamente.

En los últimos años, los ministerios de educación han mostrado un interés renovado por la educación basada en la comunidad. Así, países como Perú, Colombia, y Ecuador, comenzaron a dar importancia a las escuelas nucleares dentro de las tareas del desarrollo. En Colombia se trató de un programa denominado "Desarrollo Rural y Extensión Progresiva de la Escolaridad", el cual procuraba extender la escolaridad rural, coordinando a nivel local muchos de los servicios sociales que se ofrecen al campesino. Se trataba de un equipo constituido -- por maestros, un experto agrícola, un trabajador sanitario, un especialista en economía doméstica, un técnico en comercio y un alfabetizador.

En relación a la experiencia peruana, la reforma educativa de éste país, dio prioridad también, a la educación comunal y empleó el concepto de núcleo. Se pensó en un proceso que permitiera la participación de estudiantes, padres y maestros en una comunidad educativa -- que prestará una educación permanente dentro y fuera de la escuela. Estas dos experiencias al igual que la ecuatoriana no se desprendieron mucho del sistema formal de educación. (9)

En Brasil, se trató de complementar la escolaridad regular para adolescentes y adultos que no hablan iniciado o completado la escuela, - y para los que querlan ampliar sus estudios después de haber terminado algún nivel. Sin embargo, al igual que en Colombia, Perú y Ecuador, el programa se orientó demasiado hacia el sistema formal y estuvo limitado por la exigencia de exámenes y certificados federales, - basados en los criterios de la escolaridad formal.

El ejemplo final, se refiere a México, en donde en 1973 se aprobó -- una nueva Ley de Educación que menciona específicamente la educación no formal. La Secretaría de Educación, a través de la Subsecretaría de Cultura Popular y Educación Extraescolar, se encargó de este tipo de educación, que incluía en su programa las bellas artes, las artes populares urbanas, rurales, indígenas y fundamentales. Los intentos que en educación alternativa a realizado el país, se dirigen no sólo a complementar y reforzar las escuelas formales, sino que incluye también, programas que resultan independientes de dicho modelo. (10)

Ninguno de los programas mencionados se autofinancia, y no se ve con claridad hasta que punto participa la comunidad. La mayor parte de las veces, parece que es un pequeño número de miembros el que toma la conducción, en tanto que el resto participa muy poco.

Sin embargo, se advierte, -dado el interés y actividad de los ministerios de educación en nuestro continente en relación a la educación no formal- que existe una preocupación creciente por dotar a los servicios de educación de mayor flexibilidad. Aún admitiendo que esos programas siguen siendo dependientes del sistema formal y que probablemente su principal efecto sea el de aumentar las posibilidades de

acceso a los programas educativos, indican una tendencia permanente hacia la introducción de algunos procesos de descentralización respecto a la toma de decisiones.

Estos programas de extensión educativa y base comunal se basan en el supuesto de que la transmisión de nuevas informaciones, actitudes y aptitudes aumentará la capacidad de los recursos humanos de una comunidad o región. Aunque algunos están tomando una dirección más totalizadora, por lo general esos programas ofrecen como único incentivo para modificar la conducta la participación educativa. Así, aunque muchos se ocupan de las actividades para el desarrollo de la comunidad, ninguno está tratando de enfrentarse energicamente con la estructura política o económica general en lo que respecta al empleo y a la toma de decisiones.

Ningún programa educativo tiene el poder económico y político necesario para asumir plenamente la relación entre educación y cambio social a través de la coordinación de varios servicios sociales. Como se verá posteriormente, es más probable que los programas educativos tengan éxito como elementos de apoyo de la actividad de otras agencias que como conductor de esas actividades.

En cuanto a los programas técnico-vocacionales, cabe mencionar los que sobre educación no formal se realizaron en Colombia y Ecuador. Aunque ambos estaban dirigidos a los jóvenes marginados de las grandes ciudades, se acercaron a ellos desde perspectivas muy diferentes, aunque ambos se orientaron al aspecto técnico-vocacional, ninguno de ellos desarrolló una respuesta para el dilema educación-trabajo.

El primero, conocido como Ciudadela de los Niños, surgió en 1970 y pretendió dar educación técnica, social y básica a muchachos que habían perdido todo vínculo con sus familias, o que se vinculaban muy poco con ellas y que vivían, literalmente, en las calles de Bogotá. Algunos trabajaban como boleadores y otras actividades del mismo tipo, mientras otros mendigaban y robaban; dormían en los portales y en los zaguanes de las casas de los alrededores de la ciudad. Se calculaba que eran entre diez y doce mil.

El programa estaba dirigido por los hermanos salesianos en coordinación con otras cuatro órdenes religiosas y se regía por un consejo de directores, entre los cuales se encontraba al alcalde y el secretario de Salud Pública de Bogotá. El programa contó con cinco centros en los alrededores de la ciudad, con dormitorios, cafetería, clases de educación básica y técnico-vocacionales, bibliotecas y áreas de recreación.

Los muchachos podían quedarse durante el día; se les daba alimentos, peluquería, servicio médico, recreación y se lavaban sus ropas. Unos noventa muchachos asistían diariamente para dialogar con los representantes del centro e iniciar su conversión a internos. El programa procuraba entrar en contacto con los jefes de grupo que se organizaban y que dormían juntos para formar un autogobierno. Todos los muchachos incorporados -entre quinientos y seiscientos- a partir de los seis años, trabajaban y estudiaban en uno o más de los centros del programa guiados por instructores. Su instrucción correspondía a un plan modificado de progreso continuo, en el que cada muchacho adquiere su preparación y sus conocimientos a su propio ritmo. Los contenidos fueron organizados vinculando lo técnico con lo afectivo, lo cognocitivo con lo pragmático.

Como recompensa y salario por sus estudios y trabajo, los muchachos recibían una moneda creada especialmente para el programa. Se llamaba florín y tenía diversas subdivisiones, mediante ésta se podían obtener pesos colombianos para utilizarlos fuera de la institución. Se les pagaba salario cada quince días y el monto dependía de los méritos obtenidos durante ese período; este era otorgado por los instructores y los demás jóvenes. En promedio cada uno percibía entre 200 y 300 florines, de los cuales debían pagar 135 por alojamiento y comida.

Los internos podían salir de los centros por la tarde y los fines de semana y abandonar el programa cuando ellos lo desearan. El programa era financiado por donaciones nacionales e internacionales; de la ciudad de Bogotá, la lotería municipal y la compañía telefónica local.

Entre los proyectos del programa, se encontraba el conseguir un auto financiamiento parcial, procurando que los jóvenes elaboraran productos comerciales como las casas prefabricadas, lo que convertirla a los jóvenes en trabajadores especializados cuando finalmente abandonaran el programa e ingresaran de lleno en la sociedad.

Otro programa dirigido para niños marginados, se realizó en Quito hace doce años, bajo los auspicios de la misión fundada por los jesuitas y llamada Misión de Cristo de los Andes. Se le conoció como el Centro del Muchacho trabajador. El programa se dirigió a los jóvenes trabajadores y aceptaba a niños desde los cuatro años y medio -- hasta los veintidós años de edad; ofrece servicios médicos, dentales, psicológicos y legales --entre otros--, programa de educación primaria y técnico-vocacional; actividades deportivas y recreativas, biblioteca y servicios de emergencia. Para tener ingreso al programa deben ser solteros, pasar un examen médico y dental, inscribirse a la escuela primaria o cualquier otro nivel y tentar que ser visitados en sus casas por un representante del centro.

El proyecto recibía donaciones de las iglesias católicas de Estados Unidos y de las agencias internacionales y nacionales. Se daba a los jóvenes desayuno y cena gratis, pero debían pagar su comida, haciendo un depósito en una cuenta de ahorros obligatoria, que se conservaba hasta alcanzar los 5 mil sucres, los cuales se utilizaban para comprar herramientas o utilizarlos de otra forma cuando abandonaran el centro.

En diez años que duró el proyecto, cuatro mil jóvenes entraron al -- proyecto y lo abandonaron sin completarlo, lo que se considera como un fracaso. Solo doce cumplieron con todas las exigencias en el mismo período y completaron el programa.

Como en los programas educativos para la acción de la comunidad, el supuesto básico de la mayoría de los esfuerzos escolares técnico-vocacionales, es que la transmisión de la información y las aptitudes es una condición suficiente no solo para el cambio de la conducta individual, sino también para que una persona pueda conseguir empleo o

modifican su medio de alguna forma. Añ si el efecto de alguno de estos programas basta para alcanzar el primer objetivo (modificar la conducta) difícilmente se puede afirmar que se ha alcanzado el segundo, la obtención de un empleo o la modificación del medio.

Los programas técnico-vocacionales pueden absorber sólo a unas cuantas personas y aunque los participantes obtienen una nueva capacitación, carecen de oportunidades para aplicarla. Estos proyectos, a pesar de todo, muestran una mayor flexibilidad, respecto a la educación formal, aunque siguen predominando en ellos los criterios propios de la escuela formal. Subsisten problemas en torno a quién toma realmente las decisiones que afectan a las escuelas; sobre la forma en que se financian; sobre la atribución de su éxito localizado - ya sea en la filosofía en la que se apoyan, o en las características de las poblaciones que las apoyan, etc.

Por otra parte, el desempleo y sus secuelas de frustración, delincuencia, mala salud, etc., no se resolverán sin una adecuada articulación entre la educación y el trabajo.

Aunque las actividades no formales que se realizan en las escuelas dan prioridad a los problemas vinculados con la participación de la comunidad y la acción comunitaria, o a la capacitación técnico-vocacional, la característica propia de la educación no formal es que se realiza fuera de las escuelas y se dirige a jóvenes y adultos que no han tenido acceso a ellas ó que sólo han recibido una educación deficiente. Entre los rasgos distintivos de este tipo de actividades figuran su falta de vinculación con otros esfuerzos más amplios que atienden al cambio social y su incapacidad para conseguir que, una vez logrado el cambio de conducta, éste redunde en el fortalecimiento del poder y el status de los participantes.

En América Latina han existido muchos programas educativos dirigidos a los adultos que recurrieron a todo tipo de medios y organización. Por ejemplo en Chile, ya a mediados del siglo XIX, el gobierno inició un programa de instrucción en los cuarteles del ejército; los -

agustinos tenían escuelas nocturnas para trabajadores y artesanos y las organizaciones obreras brindaban instrucción a sus miembros. Como se deduce de este ejemplo, es evidente que la mayoría de estos programas de educación básica se preocupan prioritariamente por -- transmitir, más no por aplicar la información y la capacitación.

El hecho de que las campañas de alfabetización y los proyectos de desarrollo de la comunidad se hayan estado realizando años tras año, prácticamente en casi todos los países en desarrollo, sin haber alcanzado ningún éxito, es un claro signo de su fracaso. El primer error, y el más importante que se ha cometido y se sigue cometiendo, es haber creído que se pueden resolver todos los problemas económicos, sociales, culturales y políticos solamente con la educación.

Durante mucho tiempo se ha considerado a la alfabetización como un indicador básico del desarrollo nacional, y debido, también a que -- aún persiste la creencia de que el analfabetismo es el principal -- obstáculo para lograr los objetivos de desarrollo, todos los países latinoamericanos difundieron los programas de alfabetización. Aunque desde hace mucho existieron esfuerzos de este tipo, parece que el mayor impulso comenzó hacia la década de los cuarenta.

En el Ecuador, la Liga Nacional de Escritores de Periódicos, comenzó una campaña de alfabetización en 1942 e inmediatamente después -- el gobierno promulgó una ley de alfabetización. Del mismo modo, Pe -- ru y México comenzaron sus respectivas campañas de alfabetización -- en 1955. Basando su programa en el método "cada uno enseña al otro", la República Dominicana estableció que durante los veranos de 1942 y 1943, los maestros debían utilizar dos horas por día para enseñar a grupos de 15 a 25 analfabetas a leer, escribir y contar. Asimismo, Trinidad y Jamaica utilizaron este método a comienzos de la década de los cuarenta. Del mismo modo, también a mediados de la década de los cuarenta, en Honduras se lanzó un programa en el cual los maestros y estudiantes alfabetizarían, cada uno, a cinco personas durante el año; los maestros que participaran en el programa, serían tomados en cuenta para la asignación de plazas del próximo año escolar y la ta-

rea de alfabetización se tendrá en cuenta para la programación escolar.

Cuando un alumno, de los muchos instructores, podía leer y escribir, se sometía a un examen con cualquiera de las 17 comisiones nacionales y se le concedía un certificado. Aunque no existe mucha información sobre los resultados de este tipo de campañas, la que existe es desalentadora, como lo muestran los ejemplos de Guatemala y el Salvador. (11).

La educación fundamental o campaña contra la ignorancia, fue el primero de los esfuerzos a escala mundial, que superó a los programas de alfabetización que no habían tenido mucho efecto y sentó las bases para los movimientos de acción comunal de las décadas de 1950 y 1960. Los requerimientos para los programas de educación fundamental tendieron a apoyar esa afirmación, pues especificaban que este tipo de educación debía convertirse en parte integrante de la vida de los que participan en ella, partiendo de donde están, sus casas, sus campos y comunidades; que se les debía estimular a mejorar sus viviendas, sus granjas y sus gobiernos locales, sus recursos para la recreación, la expresión y el arte, sin imponerles la carga de un aprendizaje académico minucioso.

Tratando de desarrollar los modelos de la educación fundamental, la UNESCO inició algunos programas experimentales, uno de los cuales se aplicó en Haití y fue conocido como "proyecto Marbiel." Este proyecto procuraba demostrar como los métodos educativos pueden utilizarse efectivamente para elevar los niveles sociales y económicos de una comunidad subdesarrollada. Desde sus comienzos, en 1947, el programa debió enfrentar problemas políticos y religiosos vinculados con la elección del director, así como con el uso del francés como lengua de enseñanza. La escuela se convirtió en un centro de la comunidad donde los niños y los adultos aprendían artesanías, a leer y escribir, matemáticas e higiene. También había comedor escolar, un periódico de la comunidad local y un pequeño dispensario médico. En 1950, se designó a un nuevo director que construyó edifi-

cios adicionales, incluyendo un dormitorio y una clínica, y se organizaba una cooperativa de consumidores y productores.

Los problemas que se encontraron en Marbiel no se limitaban a la -- elección de un director para el proyecto o de la lengua que se utilizaba; incluían también las características del medio natural, -- que si bien había sido fértil, en 1947 estaba deteriorado por la deforestación y la erosión, a consecuencia de la creciente presión de una población expansiva. Además, un 97% de los treinta mil habitantes eran iletrados; evidentemente, la experiencia que debió sacarse del programa fue que un proyecto educativo es impotente frente a -- obstáculos tan grandes como la producción de la tierra, el empleo y la falta de apoyos institucionales de varios sectores.

Otro esfuerzo de la UNESCO para la educación fundamental fue la --- creación del CREFAL, Centro Regional de Educación Fundamental para América Latina, destinado a capacitar a los trabajadores que actuaban en esa tarea, y a preparar los materiales educativos adaptados a ciertas necesidades educativas específicas. El centro del CREFAL se instaló en México con apoyo del gobierno mexicano y de la OEA, -- fue el primero de los seis que se instalaban en las principales regiones del mundo. La idea original, era llevar a los centros personas de diversos países, capacitarlas y enviarlas de vuelta para iniciar los programas de educación fundamental.

En 1957, diez años después de la iniciación del proyecto, el concepto y la práctica del desarrollo de la comunidad habían adquirido ya una mayor solidez; este organismo comenzó a abandonar los programas educativos per se, para adoptar un enfoque más amplio de la acción social.

Hacia 1965 muchos habían olvidado a la educación fundamental, la -- que ya no estaba de moda. En cambio, en el Congreso Mundial de Ministros de Educación reunido en Teherán en 1965, convocado para --- erradicar el analfabetismo, la discusión se centró sobre el concepto de alfabetización funcional. A partir de esa reunión comenzó a

aceptarse a nivel internacional que existía una relación entre el alfabetismo y el desarrollo socioeconómico, de modo que en el nuevo enfoque, para lograr los objetivos del desarrollo, se dedicó a abordar simultáneamente la alfabetización con objetivos más prácticos, - lo que lanzó a la UNESCO a otra serie de programas experimentales. Sin embargo, en marzo de 1972, en el Seminario Latinoamericano sobre Educación de Adultos, realizado en la Habana, se llegó a la conclusión de que la educación y la alfabetización de los adultos se regulan siendo periféricas y sin relación con el mundo del trabajo y del ocio y con las actividades cívicas de los participantes. Aunque todavía siguen realizándose la alfabetización o la educación funcional, el concepto de la UNESCO sobre la educación de los adultos se amplió hasta incluir lo que llamamos educación continua. Esta extensión de la educación funcional no significa ningún nuevo avance estratégico de la educación de adultos, pero tiene efectos sobre la educación no formal. Por ejemplo, se propone dar mayores posibilidades de educación a quienes no la han recibido en las escuelas y significa proyectar nuevas estructuras que eliminarán las fronteras que separan a la educación continua que enseñará a la gente cómo aprender y cómo completar y renovar sus conocimientos durante toda la vida. [12]

La educación debería ser un proceso para vincular al hombre con su medio, quizá por ello el único proyecto de alfabetización a amplia escala, realizado con éxito en América Latina, demuestra la importancia de esa premisa, se trata de Cuba. Poco después de la toma del poder por Fidel Castro, en 1959, una de las principales preocupaciones fue utilizar la educación como fuerza para crear al nuevo hombre socialista. Se dedicó el período entre 1959 y 1962 a la educación masiva, y 1961 fue el año de la educación, siendo su objetivo inmediato la eliminación del analfabetismo en la isla. Para cumplirlo, Castro movilizó a más de 250 mil "maestros" durante ocho meses y redujo el analfabetismo del 21 al 3.9%. Se publicaron y distribuyeron unos tres millones de cuadernillos llamados "Venceremos", que tomaban como base el vocabulario y los intereses de los campesinos. Los alfabetizadores, o Ejército de la Educación, estaban organizados en cuatro grupos. El primero estaba integrado por estudian

tes de las escuelas secundarias, asignados a las zonas rurales, -- llamados Brigadistas de Conrado Benttez. Los jóvenes iban a las -- montañas en unidades de 25 o 50. Cada uno recibía un uniforme, -- una hamaca, una cobija, un manual de enseñanza, una lámpara, una -- bandera cubana, una insignia que se colocaba en el brazo, libros -- con instrucciones y dos retratos de los mártires revolucionarios -- Conrado Benttez y Camilo Cienfuegos. El segundo grupo era el de -- los Alfabetizadores Populares, constituido por adultos voluntarios que enseñaban medio tiempo en las zonas urbanas. El tercer grupo era el de los Brigadistas Obreros "Patria o Muerte", integrado por trabajadores urbanos a quienes sus compañeros substitúan en sus tareas y que iban a enseñar a las zonas rurales. El grupo final o "soldados de infantería" eran los maestros y profesores brigadistas que ocupaban posiciones fundamentalmente técnicas y organizativas durante la campaña. La prueba para terminar la alfabetización consistía en leer uno o dos párrafos de Venceremos, realizar un -- dictado simple y escribir una carta a Fidel Castro. [13]

Otro tipo de programas que se han llevado a cabo en América Latina, son los de liberación y concientización, los cuales se extienden -- desde comienzos de la década de 1940. De estos, el más extendido es el de Paulo Freire, en Brasil, con la pedagogía de la comunica-- ción.

La mayoría de estos programas básicamente educativos son considera-- dos como ejemplos clásicos de la aplicación del enfoque de orienta-- ción humana para lograr el cambio social. Parten de la idea de -- que la educación es omnipotente frente a los problemas sociocultu-- rales, económicos y políticos.

Este tipo de programas se dirige a la población adulta, a través -- del apoyo a la agricultura y a las actividades de participación -- del agricultor; trata de mejorar el proceso de producción y la pro-- ducción misma del campesino.

Aunque la concientización adopta formas diversas, por lo general -- el proceso implica un diálogo grupal entre los campesinos y un gru--

po coordinador, y entre ellos mismos. Freire delinó el diálogo so bre la realidad personal recurriendo a fotografías y dibujos que re producan el ambiente de los participantes. Aplicó el mismo método para la alfabetización: así, las personas enfrentadas a una repre-- sentación gráfica de su realidad, aprendían a leer y escribir las - palabras que ellos mismo usaban para describir esa realidad, Des-- pués de publicarse la obra de Freire, a comienzos de la década de - 1960, surgieron otras variantes y aplicaciones de la concientiza--- ción. (14)

Freire trató de reformar la perspectiva básica que el campesino ile trato tiene de la realidad, la que es típicamente pesimista y fata-- lista, habilitándolo para que descubriera su capacidad de modelar - su propio medio y adquiriera los medios para hacerlo. Con este fin, - desarrolló un método de alfabetización psicosocial destinado a - que los estudiantes intervinieran activamente en un diálogo sobre - las situaciones significativas de sus vidas. En contraste con el - método bancario, el de Freire implicaba tanto al maestro como a los estudiantes en el trabajo que busca la verdad sobre los problemas - importantes, en tanto que se respetan ambas opiniones. Mientras el alumno aprende a leer y escribir, también adquiere confianza en si mismo y la capacidad crítica necesaria para comprender y cambiar el mundo que lo rodea.

Este método y la práctica del mismo, costó a su autor el alejamiento de sus actividades universitarias, la prisión y el exilio, pero también comprensión y apoyo a este esfuerzo humanizador y liberador del hombre.

Los programas de extensión aparecieron en América Latina en 1939-50. Los primeros de ellos, fueron auspiciados por el Instituto de Asuntos Interamericanos, una corporación del gobierno de Estados Unidos, que debía administrar programas bilaterales de cooperación técnica referidos a salubridad, agricultura y educación. Muy pronto estos - acuerdos bilaterales fueron administrados en América Latina por ofi cinas conocidas como servicios; habitualmente, existían tres ofi cinas separadas en cada país participante, una para cada área. Tam--

bien la Unión Panamericana estableció el Instituto Interamericano - de Ciencias Agrícolas en 1942 en Costa Rica, y la fundación Rockefeller, que había trabajado en América Latina en el campo de la salud desde 1913, comenzó a apoyar las actividades de ayuda agrícola en 1942. La atención dedicada a la agricultura en este periodo, se explica por la guerra mundial, ya que se debía aumentar el abastecimiento de alimentos hacia los países en conflicto. Al mismo tiempo este objetivo se entremezclaba con el deseo de Estados Unidos por mejorar su imagen ante los simpatizantes latinoamericanos de la causa germanica. Sin embargo, muchas de las relaciones de este servicio continuaron después de la guerra, incorporándose al Programa -- del Punto Cuatro de Truman, con lo que se convirtieron en precursoras de las actividades de la Agencia Internacional para el Desarrollo.

Entre 1942 y 1947, se establecieron veinticinco acuerdos cooperativos bilaterales en ocho países latinoamericanos entre los que figuraban Paraguay, Haití, Perú, Bolivia, Ecuador y Costa Rica.

El programa de este último, comenzó en 1942 auspiciado por el Instituto de Asuntos Interamericanos, y su finalidad era aumentar la producción agrícola para enviar los productos al Canal de Panamá y así apoyar el esfuerzo de guerra. En 1948, después que el Instituto estableciera varias oficinas de extensión, el Ministerio de Agricultura de Costa Rica firmó un acuerdo con el gobierno de Estados Unidos para crear el Servicio Técnico Interamericano de Cooperación Agrícola, cuya misión era instalar el servicio de extensión. En 1957 había ya 254 organizaciones y jóvenes agricultores participaban de los -- programas, utilizando las escuelas rurales como red para el desarrollo y el cambio de la comunidad.

A principios de la década de 1950, casi todos los países latinoamericanos tenían algún tipo de servicio de extensión. La ayuda agrícola prestada se basaba en la importación de expertos estadounidenses y de otros países; iniciación de los servicios de extensión y de ayuda técnica y formación de clubes para jóvenes y amas de casa.

Todos estos programas insistían en la educación, combinando reuniones formales de los campesinos con la acción de agentes de extensión, clases y demostraciones. Sólo unos pocos adoptaron otras formas de comunicación para llegar a sus audiencias.

En relación a los proyectos basados en medios de difusión para las comunidades agrícolas, cabe mencionar el de Educación Básica Rural, o proyecto de educación básica de la aldea, realizado en Guatemala. Se trató de un programa de educación no formal y experimental para campesinos agricultores, que comenzó en 1974 con apoyo de la AID y del Ministerio de Educación de ese país. Se intentaba determinar la eficacia y el costo de diferentes combinaciones de los medios de difusión para promover el cambio de las prácticas y la producción agrícola entre pequeños agricultores analfabetas. Los sistemas de difusión que se ensayaron variaban según el contacto interpersonal con los agricultores, de modo que se probó únicamente con la radio: con ésta y un monitor preparado y pagado, que trabajaba con grupos de oyentes o foros de radio; o con radio, monitor y foros junto con agentes de extensión agrícola o agrónomos que reforzaban los mensajes con demostraciones y ayuda agrícola específica.

Para elegir las áreas adecuadas para los programas experimentales y evaluar las características demográficas y socioculturales de la población seleccionada, se realizaba previamente, una investigación extensiva. Los datos así recogidos se utilizaban como línea básica de información, con la cual se comparaban los potenciales cambios cognocitivos, afectivos y de conducta. Además de esta actividad preparatoria, se instalaban estaciones transmisoras de radio, se capacitaba a los monitores y se preparaban los materiales audiovisuales.

En este programa, el Ministerio de Agricultura era el principal proveedor de los mensajes que se transmitían según el ciclo agrícola de cada localidad, por ello quedaban en borrador hasta que tuvieran la aprobación de dichos especialistas en agricultura. Se insistía en la información que tuviera utilidad práctica, tecnológica y económica para el agricultor, pero que debería ser lo suficientemente

flexibles como para adaptarse a las condiciones climáticas y de mercado de la zona.

Los programas de radio se transmitían seis días por semana, ocho horas por día (desde las cinco de la mañana hasta las nueve y desde las cuatro de la tarde hasta las ocho de la noche). La programación incluía aproximadamente un 50% de música popular y un 20% de información agrícola, junto con programas de salubridad, interés familiar e información local. El que se dedicara tanto tiempo a la transmisión de música se debía a que había que competir con otras estaciones para captar audiencia. Se incluían radionovelas, noticieros y entrevistas. Una evaluación realizada en 1974 indicó que el 85% de la población del sudeste oía diariamente esa estación.

Cada uno de los monitores de los programas trabajaba en cinco comunidades, con 300 o 400 familias campesinas. Entre sus funciones se encontraban la de organizar y dirigir los foros radiales, informar semanalmente a la oficina central del programa. El agrónomo reforzaba las actividades del monitor trabajando en una parcela de demostración accesible a los agricultores de la zona, identificando los problemas agrícolas que podían ser útiles como base para los futuros programas de radio.

En general, los resultados indican que, respecto a los nuevos conocimientos adquiridos, fue más efectivo el sistema de radio-monitor-agrónomo que el de radio-monitor, que a su vez, fue más efectivo -- que el de la radio sola. El principal problema de este proyecto, -- fue que no se relacionaba con otras agencias de promoción social -- que actuaran en el campo para cuestiones de crédito, tecnología y -- comercialización. (15)

Aunque existen muy pocas investigaciones sobre los programas de extensión agrícola en América Latina, las publicaciones que existen, -- permiten plantear algunos obstáculos para el éxito de estos programas. Por ejemplo, en algunos informes se sugiere que los agentes --

de extensión carecen de recursos materiales y de habilidad para vincularse con los agricultores, que las organizaciones juveniles campesinas son escasas, que los clubes de amas de casa están atendidos por personas que provienen de las ciudades, que van muy pocas veces y que transmiten información inútil para las campesinas que carecen de recursos para conseguir mejores alimentos o introducir mejoras - en sus hogares.

De estos últimos programas se puede concluir que debido a la gran correlación que existe en Estados Unidos entre la producción agrícola y la actuación de su servicio de extensión, el modelo se exportó a los países en desarrollo, en donde se suponía que la aplicación de la ayuda técnica combinada con la tecnología aumentaría la producción de alimentos como se había hecho en Estados Unidos.

Este error de querer establecer una réplica del modelo de extensión agrícola de su propio país, completándolo con agentes de extensión locales y centros de capacitación, llevó a estos programas a olvidar que el modelo original partía de la participación del cliente - para establecer el programa y de la identificación de las necesidades locales, la retroalimentación y la evaluación, características típicas de los agricultores norteamericanos no transferibles a -- otros países.

La aplicación del servicio de extensión también exigía predios más amplios para que pudieran aplicarse modelos tecnificados. Por lo tanto, cada vez se prestó más atención a los grandes agricultores, - que podían obtener mayores beneficios con menor dificultad, y se -- evitó a los pequeños campesinos, que no tenían acceso al crédito y que no tenían suficiente tierra como para sacar provecho de la asistencia ofrecida por el servicio de extensión. Además era más fácil al agente de extensión, por sus antecedentes urbanos y su educación formal, comunicarse y relacionarse con los grandes propietarios, -- con los cuales tenía más cosas en común que con el campesino. Tampoco se trató de colectivizar a los pequeños agricultores.

Por consiguiente, en los países en desarrollo, el servicio de extensión, y los aumentos de la producción agrícola sólo consiguieron --

ahondar la brecha entre los propietarios acomodados y los pequeños campesinos. Si bien los agricultores pueden aprender las técnicas agrícolas, se sienten frustrados cuando no pueden vender lo que -- producen por carencia de medios de transporte, caminos, etc.

Entre los más recientes esfuerzos de extensión amplia, se encuen-- tra el proyecto de Puebla, en México. El programa se inició en -- 1967 y 1970 llegaba a 4 833 familias.

Aparentemente logró un éxito temprano aumentando el área cultivada con maíz y el ingreso familiar. El proyecto formaba parte de los programas de los institutos mundiales de la investigación agrícola, el Centro Internacional para el Mejoramiento del Maíz y el Trigo. Dicho proyecto se basó en un esquema de desarrollo rural integrado, y en contraposición con los programas de extensión, trataba de servir a los agricultores más pequeños y marginados en una región ecológicamente desventajosa. El programa implicó un esfuerzo sistemático para dar crédito, tecnología, investigación, abastecimiento, - mercados y seguro a las cosechas, esfuerzos que no se pudieron man-- tener por mucho tiempo.

Como se ha podido observar, por lo general la estrategia de estos - programas de educación y desarrollo de la comunidad, se basan en la promoción de la autoayuda y la iniciativa local, se circunscriben a un ámbito muy reducido y en su mayoría no se vinculan con estructuras institucionales o programas más amplios; dependen del liderazgo externo para iniciar y promover el desarrollo continuo del programa y se ocupan primordialmente del cambio de actitudes y valores en lu-- gar de dirigirse a objetivos materiales, vinculados con la eleva-- ción del nivel de vida.

Se olvida con frecuencia que un proyecto de desarrollo depende en-- tre otras condiciones de la preparación de un paquete tecnológico - adecuado; de la entrega oportuna de los insumos; de la existencia - de servicios; de la presencia de mercados favorables para la produc-- ción y de los medios para llevar .. estos productos al mercado. Al mismo tiempo se requiere de la participación de los involucrados en las decisiones vinculadas al proyecto para propiciar la participa-- ción y la organización.

Por otra parte, los ministerios de educación de América Latina parece que han recurrido a la educación fuera de la escuela para desarrollar un sistema escolar paralelo sobre una base de extensión. Se intenta capacitar a los adultos y a los jóvenes para que logren los objetivos de la educación formal en periodos flexibles. Aunque estos esfuerzos son laudables desde el punto de la educación formal, carecen de las justificaciones de la educación no formal, por lo que sus esfuerzos siguen dependiendo de los criterios de la escolaridad formal.

Asimismo, se advierte que los ministerios de educación confían demasiado en la educación per se para lograr el cambio social. Tal vez sea por esta razón que colaboran de manera precaria con otros ministerios para lograr un enfoque coordinado de los problemas de la población marginal, mientras los demás sectores, por su propia iniciativa, desarrollan sus propios programas (salud, agricultura) educativos.

En el caso concreto de los agricultores y los artesanos, no se necesita un trabajo asalariado, como crédito, materiales transporte y mercado. Y es precisamente esto lo que deberían lograr los programas de desarrollo al vincular la educación y el trabajo en lugar de cargar el peso de ese objetivo sobre los mismos participantes. Solo unos pocos de los programas latinoamericanos han intentado hacerlo.

A pesar de que América Latina tiene una larga tradición de educación básica de adultos y programas de alfabetización, desgraciadamente de ellos se han derivado muy pocos efectos medibles sobre el cambio social.

En general el uso de la radio y las radioescuelas no ha alterado esa debilidad, puesto que los nuevos medios simplemente amplían la posible audiencia sin modificar las relaciones entre la educación y la estructura social o entre aquella y el acceso a los demás servicios sociales. Si la educación básica y los programas de alfabetización no pueden realizar esa vinculación y tampoco obtienen que las nuevas conductas se apliquen en el medio, en lugar que la adquisi-

ción de información, actitudes y aptitudes sean los objetivos globales del programa, quizá en el futuro sufran los mismos resultados - desalentadores y sean tan ineficaces como lo han sido hasta ahora.

Actualmente la mayor ayuda que las instituciones educativas pueden prestar a los esfuerzos de cambio y desarrollo, es la elaboración - de los productos instructivos que necesitan las agencias de promoción de otros sectores. Así, en lugar de planificar y realizar sus propios programas de educación básica de adultos al margen de otros esfuerzos, los educadores capacitaban a representantes de las agencias para planificar y preparar materiales educativos integrados. Probablemente ésta sería una forma adecuada para que los ministros de educación estrecharan sus relaciones con los programas de - cambio social, y al mismo tiempo iniciarán una especialización adecuada en aspectos educativos.

En este sentido, los expertos de las ciencias de la educación buscan soluciones y además de las metodologías clásicas, se desarrollan otras entre las que se encuentran la utilización de los medios de difusión aplicados a la enseñanza.

Los antecedentes de la utilización práctica de los medios de difusión para el aprendizaje pueden localizarse en los primeros años de la segunda guerra mundial, cuando las potencias aliadas necesitaron urgentemente adiestrar personal para misiones de evidente especialización, para lo cual se pensó en acelerar la capacitación de dicho personal, utilizando de manera sistemática y combinada todas las -- técnicas audiovisuales que ofrecen mejores perspectivas.

Terminada la contienda, se planteó un problema opuesto, reincorporar a los excombatientes a la vida civil y nuevamente el empleo de los medios audiovisuales dio excelentes resultados.

Por otra parte, independientemente de estas estrategias para utilizar los medios de difusión, resulta que actualmente el hombre recibe mayor información de los medios de difusión masiva, que del aparato escolar, en el cual se ha concentrado el proceso educativo, y

son precisamente estos instrumentos los que difunden indiscriminadamente mensajes irresponsables, que pretenden anular la personalidad y credibilidad del educador.

Uno de los hombres que se percató de la importancia que habrían de tener los medios de difusión y que trató de hacer comprender, en el caso de la radio, que éste instrumento del que disponía el hombre podía servir para su propio enriquecimiento cultural, fue --- Bertolt Brecht, quien hace más de cuarenta años, sentó las bases de una radiodifusión más acorde a las necesidades de las mayorías. El pensaba que la radio no debía considerarse como un aparato para transmitir sino para comunicar y que lejos de servir de mensajero, promoviera que sus oyentes lo abastecieran. Este medio de producción quedarla así al alcance de los receptores y bajos sus propios intereses. La radio alternativa, tendría que ponerse en contacto con su público y no aislarlo, significaba abandonar el manejo persuasivo y retórico que ha caracterizado hasta ahora a los medios de información. Al borrarse las fronteras entre emisores y receptores, caería también la rígida división entre maestro y alumno. Por ello, Brecht indicó como principio básico, que el público no sólo tiene que ser instruido, sino también tiene que instruir.

Al respecto, Mario Kaplún se pregunta específicamente sobre el medio radiofónico, ¿para qué hacer radio? y responde que ante las -- grandes carencias de las mayorías, el medio debe tener un objetivo, primordialmente pedagógico. Para él sólo es concebible como un -- instrumento de educación y cultura populares y como una promotora del auténtico desarrollo y es por ello que afirma que "si la radio difusión puede servir de refuerzo para introducir cambios, motivar innovaciones que vayan en beneficio de la comunidad y de su desarrollo, pues entonces es un imperativo de la época, de nuestros -- países subdesarrollados, la utilización más adecuada de este medio de comunicación social, con una programación que despierta el interés popular tanto por su calidad técnica como por su contenido" (16)

A partir de este objetivo la tecnología educativa podría definirse como la forma sistemática de diseñar, desarrollar y evaluar el --

proceso total de enseñanza-aprendizaje, en términos de objetivos - específicos, basada sobre las investigaciones sobre el mecanismo - del aprendizaje y la comunicación, que aplicando una coordinación de recursos humanos, metodológicos, instrumentales y ambientales - conduzca a una educación más eficaz. En este sentido, Santiago Mallas afirma que "la única manera de no verse arrollados por los medios de masas que están en todas partes, es operar con absoluta habilidad y libertad de maniobra con los medios didácticos, incrustándolos en las constantes de la educación". (17) La máquina no - es tan importante como el acierto en su utilización, su eficiencia pedagógica, su rentabilidad educacional.

Los medios de difusión han entrado en la enseñanza de una manera - un tanto anárquica, forzados muchas veces por entusiasmos ocasionales y sin meditar sosegadamente qué podría esperarse de estos recursos, cómo deben organizarse y cuáles son los más convenientes. Habrá que observar, que por mucha propaganda que se haga, el empleo de los medios no mejora inmediata y visiblemente la calidad - del aprendizaje. Al contrario, como apunta Mallas, al empezar una actividad audiovisual la cuantía y la calidad del aprendizaje suelen descender. Únicamente hay rendimiento pedagógico cuando se ha instaurado el hábito audiovisual en el alumnado y el profesorado, - es decir que el alumno adopte ante los medios una actitud de discipulo activo y no sólo de simple espectador pasivo y que el profesorado opere con absoluta soltura e iniciativa, sin sentirse condicionado por el medio, lo que supone una progresiva sustitución de un estilo pedagógico (18) Supone, asimismo, un plan coherente de acción pedagógica, en el que entren las previsiones necesarias para el mantenimiento, perfeccionamiento y evaluación continuas de - los dispositivos masivos. Utilizarlos como simples adhesivos modernistas, es como carecer de sentido direccional, de contenido - educacional y de objetivos claramente definidos. Los medios de difusión sólo mejoran la calidad de la enseñanza y, correlativamente, el aprendizaje, cuando se integran en un marco pedagógico solvente, pero no viceversa.

Hay que advertir, que la Tecnología Educativa, gracias a un respaldo de naturaleza pedagógica, está situando cada cosa en su lugar. -

Justo es reconocer que la tarea es obra de científicos de la educación, más que de trabajadores técnicos de la comunicación, aunque el ideal sería que unos y otros llegaran a compenetrarse y ensamblar los respectivos puntos de vista en beneficio de la enseñanza.

El rendimiento de un medio masivo no depende sólo de su fiabilidad técnica y una vida prolongada, sino de la eficacia didáctica proporcionada por el medio. El concepto se refiere a su intensidad en el empleo, a la calidad de los contenidos, a la coordinación con los programas, acierto en la explotación, posibilidades para la creación de documentos a nivel escolar, aspectos que comunmente no se controlan ni evalúan.

Por mucho que el uso de los medios intente ceñirse a las necesidades de una comunidad, nadie más que el usuario, es decir el profesor y el propio educando, pueden fijar el carácter de su explotación y establecer la relación con los restantes factores del aprendizaje; como por ejemplo el conocimiento del alumnado, en función del cual se despliega la estrategia docente (situaciones, medios y métodos).

Cualquier medio utilizado con fines didácticos en cuya explotación el profesor no intervenga directamente para lograr una plena integración en el acto pedagógico y se limite a adherir su uso en el aula, pierde su valor como instrumento de enseñanza, en la misma proporción que el educador se inhibe del mismo en cuanto instrumento de aprendizaje. El valor de un medio tiende a ser directamente proporcional al grado de intervención profesor-alumno.

El gran peligro del asistencialismo, como afirma Freire, está en la violencia del antididlogo, que impone al hombre mutismo y pasividad, no le ofrece condiciones especiales para el desarrollo de su conciencia crítica. (19)

Los medios y el aparato educativo, deben posibilitar al hombre para la discusión de su problemática, de su inserción en ésta; colocarlo en didlogo constante que lo identifique con métodos y procesos científicos que lo lleven a la verdad y a ésta se llega mediante la participación y la ingerencia. Sobre este problema el investigador --

brasileño arriba mencionado, insiste en que los actuales sistemas educativos dictan ideas. No cambian ideas. Dictan clases. No debaten o discuten temas. Se trabaja sobre el educando. No se trabaja con él. Se le impone un orden que él no comparte, al cual sólo se acomoda. No se le ofrecen medios para pensar auténticamente porque al recibir las fórmulas dadas simplemente las guarda. - No las incorpora, porque la incorporación es el resultado de la -- búsqueda de algo que exige, de quien lo intenta, un esfuerzo de -- reinvencción y de estudio. (20)

No hay ignorancia absoluta ni sabiduría absoluta, la naturaleza -- del conocimiento radica en la comprensión y si ésta es crítica, la acción también será crítica.

Es una sociedad en transición como la nuestra, hay que procurar -- una educación que sea capaz de colaborar en este cambio mediante -- la organización reflexiva del pensamiento; trabajar con el pueblo para que asuma posiciones cada día más identificadas con esa transición. En consecuencia, la cuestión no es si los medios son manipulados o no, sino quién manipula los medios. De lo cual se deduce que un proyecto verdaderamente educativo no deberá eliminar a -- todos los manipuladores, sino que, por el contrario, ha de lograr -- que cada uno sea un manipulador.

No existe por tanto, la información por la información, se informa para orientar en determinado sentido. No existe la neutralidad de la información y es necesario tenerlo presente si se quiere utilizar a los medios para fines progresistas o revolucionarios.

La tarea del educador corresponde al concepto de comunicación, en donde se establezcan relaciones permanentes con el pueblo, Freire resume este proceso diciendo "educar y educarse en la práctica de la libertad, es tarea de aquellos que saben que poco saben -por esto saben que saben algo, y pueden así, llegar a saber más- en diálogo con aquellos que, casi siempre, piensan que nada saben, para que éstos, transformando su pensar que nada saben en saber que poco saben, pueden igualmente saber más". (21)

Es indispensable superar la concepción ingenua que se tiene sobre el conocimiento en la cual nos mantenemos, y que es considerado como algo que debe transferirse y depositarse en los educandos, este es un modo estático de entender el conocimiento, que ignora y desconoce la confrontación con el mundo, que es la forma complementaria del conocimiento. Esta forma exige la presencia del sujeto -- frente al mundo, requiere su acción transformadora sobre la realidad y una búsqueda constante reflexiva y crítica sobre el acto mismo de conocer, "conocer es tarea de sujetos, no de objetos. y es -- como sujeto y solamente en cuanto sujeto, que el hombre puede realmente conocer." (22)

Para poner en práctica estos conceptos, es necesario que en la acción educativa, educador y educando asuman el papel de sujetos -- cognocentes para posibilitar y profundizar en la toma de conciencia de la realidad en la que se encuentran inmersos. Por ello no es posible que el educador intente un cambio de actitudes en el -- educando, cuando no conoce la visión de su mundo, cuando no permite, al mismo tiempo, que se apropie críticamente de la posición -- que ocupa en el mundo. Es necesario que el educando perciba, en -- términos críticos, el sentido del saber como algo constante y permanente.

Es verdad que este proceso requiere tiempo, pero en múltiples ocasiones en nombre del tiempo que no se debe perder, se pierde tiempo al fracasar un programa o al obtener pobres resultados. No son las rápidas y nuevas tecnologías las que por sí solas transformarán la sociedad, sino la conjugación de hombres e instrumentos, -- pues éstos por sí solos no pueden propiciar el desarrollo.

Los aspectos culturales y sociales de una estructura siempre permanecen a pesar de nuevas transformaciones técnicas y culturales. Y cuando por desconocimiento del contexto de una estructura no se obtienen los resultados esperados de una acción técnica o cultural, -- se busca inmediatamente una explicación, que casi nunca favorece a los destinatarios de un programa, a los que comúnmente se les califica de incapacitados. Este error que comúnmente se repite en los pro-

gramas que se llevan a cabo en nuestro continente, parte de la concepción de lo que el hombre es y está siendo en el momento en que se trata de modificar su conducta y se ignora por completo lo que fue, lo que vivió, lo que ha trabajado y lo que ha experimentado, - sólo se piensa que lo que fue ya no será.

La educación es comunicación, es diálogo entre sujetos, es la coparticipación en el acto de comprender, y este no se da entre hombres aislados, sino en constante relación para transformar. Es por ello, que además de ser un proceso permanente, la educación implica un esfuerzo totalizador, nuevamente citare a Freire, "No es posible enseñar técnicas, sin problematizar toda la estructura en que se darán esas técnicas". (23)

Granados Chapa coincide con esta postura, al afirmar que "En su actitud personal, y en su trabajo profesional, el comunicador ha de negarse a tratar al prójimo como un objeto, como un ausente... Por lo contrario, debe tratarlo como un sujeto, como a un ser pensante; - reconocer que no puede definirlo, clasificarlo, que es inagotable." (24)

Es por ello, que a pesar de la penetración de los medios masivos y sus intentos por homogenizar las conciencias, la gente continúa comunicándose a su manera y según sus necesidades y condiciones. -- Cuando las condiciones económicas, políticas y sociales hacen insostenibles la vida y las relaciones de las grandes mayorías, se producen inexorablemente movilizaciones sociales, durante las cuales van surgiendo alternativas de comunicación, dirigidas por sectores comprometidos, que sin experiencia en medios de difusión, -- despliegan una iniciativa e inventiva inimaginables.

Cuando una sociedad entra en crisis, no hay mensaje que pueda ofrecer al pueblo una versión tranquilizante de la realidad.

El campo de lo alternativo, como señala Daniel Prieto Castillo, se origina en la riqueza de cada formación social. Riqueza en cuanto

a cantidad de elementos puestos en juego, en conflictos y contradicciones. (25)

Esto no implica obviamente, desechar o desconocer totalmente la comunicación dominante, antes de rechazarla hay que evaluarla y apropiarse de ella para desarrollar una alternativa, pues lo que se necesita es un uso distinto, al expresar lo que las organizaciones y sectores mayoritarios necesitan. Es por ello que de la comunicación dominante hay que aprender y rescatar aquellos elementos que puedan servir y desarrollarse para un tipo de comunicación con fines alternativos.

Lo alternativo se despliega dentro de lo dominante. Lo alternativo siempre se da con respecto a algo y el parámetro en este caso, es la situación social. Es así que el acto de comunicación alternativa, se explica desde relaciones sociales alternativas, como un producto que repercute, al mismo tiempo, en las relaciones sociales vigentes.

Prieto Castillo agrega en este sentido, que la noción de alternatividad debe ser comprendida en relación con el rompimiento del autoritarismo, y aunque sea tachada de reformista, es preferible ser acusado de reformista que de inútil. (25)

El concepto de lo alternativo dentro del campo de la comunicación ha sido aplicado a los campos de la tecnología educativa, la difusión, información y divulgación, como una necesidad que nace de nuestra realidad social, y en la cual se han unido básicamente dos conceptos: el de educación y el de comunicación. Mediante esta unión los pueblos subdesarrollados han tratado de profundizar y participar en su realidad, aunque estos intentos ocupen un lugar mínimo dentro de las actuales relaciones sociales.

Habría que aclarar, que la incorporación de los medios de difusión a la enseñanza no asegura la discusión y la participación crítica de la realidad, pues pueden seguir difundiendo esquemas tradicionales, autoritarios y manipuladores.

Definir lo alternativo en materia de educación y comunicación es hablar de transformación de las formas dominantes, en las cuales se desarrollan estos procesos y del contexto mismo en el que se dan. Jesús Martín al tratar de aclarar el concepto afirma que "Lo alternativo o es popular o se degrada en juguete y o en máquina de dominio. Y popular quiere decir que hace posible la expresión de las aspiraciones y expectativas colectivas producidas por y desde los grupos sociales de base". [27]

La comunicación alternativa, participativa, es un proceso largo y lento que no se resuelve con el simple hecho de crear mecanismos de difusión e información masivas, pues mientras estos aparatos perfeccionan sus sistemas, las tradiciones y formas de vida no se pueden destruir tan fácilmente, y se crean y promueven formas de comunicación que evidencian las contradicciones del sistema y se convierten en un instrumento contestatario que intenta romper el autoritarismo. Así, encontramos casos, que inscritos dentro de la dinámica del sistema capitalista, como vías de comunicación popular o clandestina, emergen como espacios conquistados o tolerados en el conjunto de la estructura social.

La comunicación alternativa debe entenderse como una tarea fundamentalmente de educación popular, como un proceso que conduce a la organización y acción de las clases oprimidas, como un elemento orientador y colaborador para la liberación y la transformación.

El concepto que se viene analizando, ha sido agrupado bajo diversos rubros. De esta forma, suele denominarse comunicación alternativa a la que es distinta de la política oficial, a la que llevan a cabo las clases proletarias, los sindicatos y los obreros, los partidos de izquierda que trabajan en condiciones artesanales o clandestinas. Pero en términos generales implica una opción entre una cosa y otra, como apunta Armando Cassigoli se trata de algo distinto al sistema oficial, de la clase dominante, del gobierno, del Estado, opuesto a lo que en esencia expresaría formas tradicionales en el plano de la difusión y de la lucha de clases. [28].

El concepto, implica la necesidad de poseer elementos de información en su lucha contra lo establecido, de ahí que también se les denomine instrumentos de contrainformación, porque los mensajes emitidos - son contrarios al sistema, se realizan a espaldas de la información tradicionalmente autoritaria.

Cassigola agrega, que lo importante de la contrainformación es que debe ir tan lejos como pueda para lograr índices cada vez más comunicativos y menos informativos. El ámbito de la contrainformación abarca campos diversos como los de la educación, la investigación científica, etc., y usa cualquier medio que propicie la comunicación y posibilite la reflexión sobre los hechos, estimular la conciencia crítica de los ciudadanos con el propósito de que participen en el proceso histórico en el que viven. (29)

En etapas intensas de lucha popular, la comunicación alternativa utiliza todo medio de comunicación a su alcance, se convierte en un proceso antagónico y contrario al oficial, convirtiéndose en un factor de apoyo para los grupos sociales organizados en la acción y la movilización.

Diego Portales, al analizar las perspectivas de la comunicación alternativa en nuestro continente, llega a la conclusión de que mientras el pensamiento de la izquierda ha cuestionado de manera general el control oligopólico de la comunicación social, ha sido insuficiente en la elaboración de una alternativa de reemplazo que enriquezca el principio del control democrático de la comunicación social, y tampoco la estabilización constituye garantía de democratización. La experiencia peruana es ilustrativa al respecto. Este autor apunta, que la viabilidad sociopolítica de la comunicación alternativa en América Latina, requiere del cumplimiento de una serie de condiciones, entre las que enumera las siguientes: a) la superación del Estado autoritario y la emergencia de procesos de democratización; b) la inclusión del tema de las comunicaciones en los programas de las fuerzas democratizadoras y c) la creación y aceptación de un conjunto de ideas nuevas acerca de la necesidad de una comunicación alternativa. (30)

Dentro de estas consideraciones, la que más destaca es la de la democratización de las comunicaciones, la cual implicarla necesariamente hacer que el derecho a la comunicación esté garantizado para las organizaciones políticas, sociales y culturales, local y nacionalmente.

Actualmente, los medios de los que hace uso la comunicación alternativa tienen escasas posibilidades de ser autosuficientes y obtener los recursos que necesitan, mientras los medios apoyados por el desarrollo tecnológico capitalista cada día reducen más la participación de los individuos y grupos sociales. La ventaja de la primera es que emerge y se sostiene por su capacidad de expresar y estar estrechamente vinculada a las necesidades de sectores subalternos. -- Sin embargo, hay que reconocer que es una forma marginal y representa a grupos minoritarios.

Habría que aclarar también que el término alternativo no designa necesariamente al medio, sino que una acción promovida por un grupo de individuos comprometidos que desea transmitir concepciones diferentes y opuestas a las predominantes, con el fin de modificar su realidad. Máximo Simpson agrega que "para ser verdaderamente alternativo, no basta con que un medio esté al margen de las redes de -- distribución de la gran prensa, sino que debe ostentar una diferencia cualitativa respecto de ella; en tal sentido, lo alternativo se opone a lo meramente complementario... pues implica... un cuestionamiento del statu quo". (31)

Las características de la comunicación alternativa están condicionadas a los factores de propiedad, control y transmisión de contenidos, pero estos se encuentran determinados por el contexto social y político en el que se produce este fenómeno y por la conciencia alcanzada de los participantes de este proceso.

En relación al uso de los medios masivos, la posibilidad de lo alternativo sigue existiendo, en la medida en que su eficacia no radica en una respuesta directa, en el sentido físico, sino en la resonancia del mensaje y en la relación que se establece entre emisor y receptor. Máximo Simpson describe esta situación afirmando, que --

"sin discurso alternativo, no hay medio alternativo. Y este discurso debe ser, explícita o implícitamente por la elección de los temas, por su clasificación y su tratamiento claramente abierto y antiautoritario". (32)

En cuanto a sus límites, los medios alternativos no pueden, hasta ahora, ir más allá del propio contexto en el que se generan, aunque su función, en las experiencias de nuestro continente han sido precursoras de nuevas formas de convivencia y de relaciones sociales.

Las experiencias en el campo educativo y los trabajos de extensión, básicamente rurales, que han sido aplicados en América Latina, han compartido dos características básicas: la comunicación interpersonal y la acción de los medios. La participación limitada ha planteado problemas y polémicas, pero debe reconocerse que en los aspectos educativos este tipo de programas ha obtenido mejores resultados y un fuerte nivel de participación en el campo socialista. Osvaldo Capriles, al referirse a esta situación en nuestro continente, afirma que "esta otra comunicación se desgrega, -- subdivide o confunde en multitud de apelativos que semantizan diversas experiencias o proyectos, muchas veces repitiendo lo mismo otras con leves matices diferenciales, las más de las veces con -- una grave tendencia a la confusión de medios, objetivos y procesos." (33)

Dentro de este panorama, sólo puede distinguirse un objetivo común para las actividades de la verdadera comunicación alternativa, y que es la búsqueda de contenidos diferentes opuestos política y culturalmente al sistema imperante, concientizadores y participativos. Estas formas alternativas de comunicación aumentan en épocas de crisis y se constituyen en los únicos medios que difunden versiones fidedignas sobre los hechos, es por ello que se afirma que estas formas surgen como una necesidad. Jorge Richards, investigador del Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, distingue como rasgos principales de la comunicación alternativa los siguientes: a) la propiedad de los medios pertenece a organizaciones sociales; b) se distinguen por la producción artesanal de sus mensajes con flujos multidireccionales de comunicación;

c) acceso amplio de sectores sociales en el proceso de emisión y transmisión de contenidos favorables al cambio; d) formas de financiamiento independientes de la publicidad comercial tradicional y; e) distribución y circulación al margen de los circuitos comerciales establecidos. (34)

En el caso de los programas promovidos por entidades estatales se trabaja sobre formas discursivas que están identificadas con el benefactor interconectadas al papel que este juega dentro de la estructura económica social y en consecuencia a la ideología con la cual se identifica dentro de la lucha de clases. De ahí la preocupación por buscar modalidades diferenciadas en la producción de mensajes que se ubiquen en un ámbito popular de intercambio igualitario, espacios autónomos que surjan de las detecciones de necesidades grupales y con alto nivel de participación frente a los medios.

Cuando se habla de la incidencia de una comunicación participante como inherente a la constitución misma de los procesos populares, no se puede ignorar la vinculación de los hechos comunicativos con los educativos. La relación entre estas dos actividades posibilita la eficacia en la realización de transformaciones sociales, reforzando la toma de conciencia y los procesos de participación, organización y acción.

En su análisis sobre el papel de la comunicación y los procesos populares, Ana Nethol apunta que, "Hablar de una comunicación alternativa como educación no nos parece desafortunado; la participación como estrategia y la producción de fenómenos alternativos de comunicación llevan implícito un hecho educativo. Ese hecho educativo se da en el estímulo de las capacidades humanas e intercambios dialógicos que hacen posible la transformación de los sujetos. Si esta transformación se opera, el proceso de conocimiento pertenece a un fenómeno educativo y alternativo de amplísima relevancia y difícil absorción por parte de los organismos de poder." (35)

Finalmente, es importante señalar que sobre el campo de la comunicación alternativa los universitarios tienen un enfoque muy pobre. En los planes y programas de estudio de las carreras de comunicación apenas se contemplan estos fenómenos, y se reproducen con mayor intensidad los sistemas conocidos y vigentes. Existe en nuestras universidades continentales un desinterés marcado en la preparación de expertos que impulsen el desarrollo de los centros de comunicación popular, así como de planificadores de los grandes medios masivos. En general se requiere de universitarios comprometidos con las causas populares y no reforzadores del sistema.

N O T A S

1. Freire, Paulo, La educación como práctica de la libertad, Ed. Siglo XXI, 1975, p. 28.
2. Castrejón Díez, Jaime, op. cit. p. 57 y 58.
Debe mencionarse que los medios de difusión pueden caer también en el plano de la educación no formal, cuando estos corresponden a planes específicos de educación.
3. Cfr. Escudero Yerena, Marta Teresa, La comunicación en la Enseñanza, Ed. Trillas, 1981, p. 26
4. Aguirre Beltrán, Gonzalo, "La educación extraescolar" en Audi visual, SEP, 1975, p. 517
5. CONACYT, Programa Nacional Indicativo de Investigación Educativa, 1981, p. 20
6. Ibid. p. 41
7. Baena Paz, Guillermina, "Comunicación Rural" en Revista de Estudios Políticos, UNAM, 1979, p. 175
8. Blat Gimeno, José, La Educación en América Latina y el Caribe en el último tercio del siglo XX, UNESCO, 1981, p. 173
9. Cfr. La Belle J. Thomas, Educación no formal y Cambio en América Latina, Ed. Nueva Imagen, 1980, p. 123
10. Cfr. Andrade, Marta Luisa, "Panorama de la Educación de Adultos: El caso de México", en Educación de Adultos: Nuevas Dimensiones en el Sector Educativo, CNTE, 1983, p. 243
11. La Belle J. Thomas, op. cit. p. 144

12. Cfr. Vidal, Susana, "Antecedentes Históricos en México sobre La educación para adultos", en Educación, CNTE, 1981, p. 124 y 125.
13. La Belle, Thomas, op. cit. p. 150
14. Para conocer los detalles del Método de Paulo Freire, Cfr. - ¿Extensión o Comunicación? y La Educación como Práctica de - La Libertad, Ed. Siglo XXI.
15. La Belle, Thomas, op. cit. p. 181
16. Kaplum, Mario, Producción de Programas de Radio, CIESPAL 1978, p. 18
17. Mallas, Santiago, Medios Audiovisuales y Pedagogía Activa, Ed. CEAC, 1979, p. 13
18. Ibid. p. 21
19. Freire Paulo, La Educación como Práctica de la Libertad, Ed. - Siglo XXI, 1975, p. 50
20. Ibid. p. 93
21. Freire Paulo, ¿Extensión o Comunicación? La concientización en el Medio Rural, Ed. Siglo XXI, 1981, p.25
22. Ibid. p. 28
23. Ibid. p.99
24. Granados Chapa, Miguel Angel, op. cit. p. 189
25. Prieto Castillo, Daniel, op. cit. p. 26
26. Ibid. p. 70

27. Martín, Jesús, "Retos a la Investigación de Comunicación en América Latina", en Comunicación y Cultura No. 9, UAM, 1982, p. 109.
28. Cassigoli, Armando, "Sobre la Contrainformación y los Asl -- Llamados Medios Alternativos", en Comunicación Alternativa y Cambio Social, UNAM, 1981, p. 30
29. Ibid. p. 37
30. Portales, Diego, "perspectivas de la Comunicación Alternativa y Cambio Social", UNAM, 1981, p. 73
31. Simpson Grinberg, Máximo, op. cit. p. 115
32. Ibid. p. 121
33. Capriles, Oswaldo, "Venezuela: Política de Comunicación o Comunicación Alternativa", en Comunicación Alternativa y Cambio Social, UNAM, 1981, p. 152
34. Richards, Jorge Andrés, "La Prensa Alternativa en Chile: Testimonio de sus Protagonistas" en Comunicación Alterantiva y - Cambio Social, UNAM, 1981, p. 267
35. Nethol, Ana María, "El Papel de la Comunicación y los Procesos Populares", en Comunicación y Cultura No. 9, UAM, 1981, - p. 124.

CAPITULO V

ALGUNAS EXPERIENCIAS DE RADIO COMO VEHICULO ALTERNATIVO EN PAISES
EN VIAS DE DESARROLLO Y DESARROLLADOS

Aunque en cada país las formas de manejo de la radiodifusión son diferentes, tienen sin embargo, diversos puntos en común. Generalmente el Estado reconoce como patrimonio de la nación a este medio electrónico.

A partir de este principio, se pueden encontrar varios sistemas de operación, explotación y legislación. En el Sistema de Operación Comercial, las estaciones de radio y televisión pagan impuestos por el concepto de ingresos obtenidos por la venta del tiempo para publicidad; de este modo, el contenido de las emisiones queda bajo la conveniencia y el control de los concesionarios y la ingerencia de los publicistas. En el Sistema Estatal, al igual que en el anterior, -- existen variantes y puntos en común, pero generalmente este sistema parte del principio de que la radiodifusión es patrimonio de la nación y el Estado se encarga de crear órganos o empresas que la organicen, administren y controlen; algunos modelos permiten la publicidad en sus emisiones, pero sus ingresos provienen principalmente de subsidios y/o cuotas cobradas al público. Los países europeos y socialistas orientan sus medios de difusión a la educación y la cultura y estos últimos acentúan el uso propagandístico y político.

También puede hablarse de un Sistema Mixto de Operación, en el cual se conjugan los dos sistemas expuestos anteriormente, aunque existen en este modelo formas variantes de ejecución; por ejemplo en Europa Occidental la radio y la televisión son orientadas prioritariamente a satisfacer las necesidades de educación, cultura, información y diversión. Inglaterra, Francia, Alemania, Bélgica, Suiza y Holanda, - con diferentes modalidades con o sin control directo del Estado, a veces con publicidad, han tratado de formar un sistema de operación que a diferencia de otros países, está encaminado a constituirse como un verdadero servicio social.

Por su parte los países socialistas como la URSS y otras democracias

populares, han tratado de hacer de la radio y la televisión verdaderos instrumentos de servicio público; en éstos, la voluntad del Estado es determinante para definir las estructuras y la orientación de las producciones; todos los medios de difusión están al servicio de la ideología del partido y de las instituciones; sus emisiones reflejan una marcada centralización y control de la información, pero también un sentido pedagógico y cultural.

De los sistemas de difusión de los países subdesarrollados, es fácil advertir su dependencia con respecto al modelo de operación de los países de los cuales dependen económicamente, como apunta Héctor Schmucler, para demostrarlo se podrían presentar multitud de pruebas, como la procedencia de la mayor parte del material informativo, la gran cantidad de horas que ocupan las programaciones foráneas en los medios nacionales, así como las relaciones con las agencias publicitarias. (1)

A pesar de las características que comparten varios países en sus formas de operación en relación a los medios masivos, no pueden simplificarse estos elementos, pues cada modelo está determinado por las características económicas, sociales y políticas de cada país. De ahí la necesidad de analizar algunas situaciones particulares en donde se han generado proyectos y posibilidades alternativas al uso de la radio como vehículo educativo.

Este breve análisis, está compuesto por los modelos que operan en los principales países europeos y básicamente las experiencias latinoamericanas, así como los rasgos generales que rigen el modelo de operación de algunos países socialistas.

Se inicia esta exposición con Inglaterra, país que decidió, casi desde el nacimiento de la radio, convertir este instrumento en un servicio social y educativo. En 1922 se forma en ese país la sociedad de radiodifusión denominada British Broadcasting Company (BBC) la cual se encargó de la radiodifusión estatal, después de que a la compañía Marconi se le había cancelado la licencia de transmisión; las estaciones de la BBC de Londres, Manchester y Birmingham iniciaron en ese año sus transmisiones regulares.

La BBC, estaba formada por la combinación de las empresas de radiodifusión de seis grandes firmas fabricantes de productos electrónicos. - La licencia se prorrogó por cuatro años, después de que una comisión hubo recomendado que, si bien el Estado debería regular la radiodifusión, no debería dirigir las estaciones transmisoras.

En 1925, la comisión nombrada por el Parlamento se opuso a la idea de que compañías con fines comerciales explotaran sistemas de radiodifusión libremente y sin control y también rechazaba la idea de que la radio estuviera controlada totalmente por el Estado. Así pues, propuso que la radiodifusión estuviera manejada por una corporación pública que actuara como depositaria del interés nacional y que estuviera integrada por un Consejo de Gobernantes que velara por que el medio fuera un servicio público.

A partir de 1927 queda establecida la BBC como tal, pero el gobierno, como señala Radl Cremoux, tenía plenos poderes sobre ella, en virtud de que los gobernadores nombrados por la Corona podían ser depuestos en cualquier momento por el Parlamento y sustituidos por otros; a su vez, la licencia de explotación podía ser revocada por el Director General de Comunicaciones, quien podía también vetar cualquier emisión.

(2)

A pesar de estas disposiciones, en más de cincuenta años nunca se impuso un veto formal a ningún programa y los directores han actuado -- con absoluta libertad para la realización de su labor.

Por un periodo de diez años, a partir de 1927, se otorgó el monopolio de la radiodifusión por carta real a la BBC, bajo la tutela de la Dirección General de Correos y Telecomunicaciones. La corporación estaba encabezada por un consejo de siete funcionarios nombrados por el gobierno y un director general. El Estado volvía a comprar las emisoras de las seis grandes empresas de la antigua BBC. La publicidad estaba prohibida y la preocupación por la neutralidad informativa provocaba, según Pierre Albert y André Tudesq, "una cierta sequedad en la radio inglesa, que se dedicaba más a las emisiones culturales." (3)

Para 1930, existían en Inglaterra tres millones de aparatos de radio-

que pagaban impuestos y nueve años más tarde la cifra superaba los -- nueve millones.

La BBC se ha distinguido a lo largo de la historia por sus emisiones de alta calidad cultural y educativa. Posteriormente, cuando apareció la televisión, se adoptó el mismo sistema de operación, pero el aspecto informativo seguía siendo el problema medular en el manejo de las estaciones de radio y televisión. Así a inicios de la década de los sesentas, empiezan a surgir en el Reino Unido, al igual que en varios países europeos, varias estaciones "piratas" que transmitían -- mensajes informales, música moderna e información que las estaciones de radio y televisión de la BBC no transmitían.

Esta necesidad de mayor información y de cambio en los contenidos formales de las transmisiones provocó la multiplicación de las estaciones "piratas", además de que en Europa no es difícil adquirir aparatos transmisores de radio. A partir de esta situación creada por las estaciones que operaban fuera de las normas legales inglesas, el Parlamento británico vota, en 1967, por la prohibición de las radios "piratas" amenazando con enviar a prisión a quienes colaborasen con estas emisoras. La marina inglesa hundió algunas instaladas en embarcaciones y para 1968 casi hablan desaparecido. Pero la BBC ya había percibido la competencia y en el otoño de 1967 lanzó la estación Radio One, dando un servicio ininterrumpido de música popular.

En 1977 surge en Inglaterra un nuevo organismo independiente de la -- BBC para dirigir radios locales que había aparecido como un elemento de renovación de la radio en ese país.

Entre las radios "piratas" más destacadas estaba Radio Carolina, instalada en Amsterdam y Radio London que emitía desde los barcos, a menudo fuera de las aguas territoriales. Este tipo de emisoras, revolucionaron el estilo radiofónico, que posteriormente fue adoptado por la BBC para atraer más el auditorio juvenil y propiciar la regionalización de contenidos.

En la década de los setentas, los medios de difusión en Inglaterra -- inician una etapa de comercialización que dará pie a la creación de --

una red de radio y una segunda cadena de televisión en las cuales se permitirla la publicidad, pero esta se encuentra controlada, al igual que la programación, por un Consejo de doce gobernantes que supervisa, bajo la autoridad del ministro del Interior (ya no del de Correos y Telecomunicaciones desde 1974), la gestión del Consejo de Dirección - que está asistido por unos cincuenta consejos consultivos regionales y especializados.

Los recursos de la BBC tanto en radio como en televisión, provienen - de impuestos que en 1977 alcanzaban los 227 millones de libras esterlinas, de subvenciones del Estado por las emisiones hacia el extranjero, de la venta de sus publicaciones impresas, entre ellas Radio Times y de la reventa de sus emisiones.

En Francia, inmediatamente después de la primera Guerra Mundial, la radiodifusión, además de la utilización con fines militares, fue utilizada para las comunicaciones particulares a larga distancia con las colonias. La coexistencia del servicio de Estado y de la empresa privada iba durar cerca de veinte años. En 1926 se creó un servicio de radiodifusión perteneciente a la administración central de Correos y Telecomunicaciones, el cual confió la realización de los programas de las emisoras de Estado a asociaciones de oyentes; pero las estaciones privadas segulan existiendo esperando el voto de un estatuto de la radio. A falta de este, la Ley de Presupuestos de 1928 decidió mantener el mismo sistema mixto, el cual permitía la operación de trece -- emisoras privadas, cuatro en París y nueve en provincia. (4)

Un decreto del 20 de noviembre de 1944 permitió la requisita de todos - los aparatos privados, y la disposición del 23 de marzo de 1945 revocó todas las autorizaciones otorgadas anteriormente y restableció el monopolio absoluto del Estado sobre la radiodifusión francesa. Desde esa fecha, los reglamentos y el nombramiento de los principales responsables de la radio y televisión ha sido un asunto reservado al gobierno y ha tenido siempre una evidente significación política.

En Francia las radios periféricas son contemporáneas a la creación de la RIF (Radio-Televisión Francesa). Primero fue la RTL (Radio-Televisión de Luxemburgo), y posteriormente a partir de 1955, Europe 1; pa-

ra que se impusiera el estilo de esta última estación, tuvieron que pasar diez años. En 1966, la reforma de Francia-Inter estuvo inspirada en buena parte en las experiencias de esa emisora. Posteriormente, la consecuencia principal de la competencia entre las cuatro cadenas de radio fué la de convertirse todas a un mismo estilo y programación. En este sistema, la renovación vino del exterior de la cultura marginal desarrollada en Francia por otros medios de difusión y por una -- nueva sensibilidad política que no podía expresarse en los medios de difusión tradicionales.

En 1977, cuando parecía probable la victoria electoral de la izquierda, la creación de las radios locales comerciales fue contemplada por la clase dirigente francesa; pero como apunta Patricia Flichy, más -- tarde, cuando el poder político de la derecha ya no aparecía amenazado, la radio local pareció menos interesante. El gobierno, que controla totalmente el sistema radiofónico, se opuso al desarrollo de -- las radios locales ante el temor de que algunas consiguiesen escapar al control de la clase dirigente. (5)

La historia de las radios libres en Francia se inicia en 1968 a raíz de la revolución de mayo en París, en donde los estudiantes intentan utilizar Radio Sorbonne como radio libre, pero la primera sería Radio Campus, en la ciudad de Lille. Actualmente siguen creciendo las radios libres en Francia. En 1977 empezó a emitir la radio libre Radio Verte Fessenheim, promovida por un grupo de militantes ecologistas antinucleares; inmediatamente fue intervenida por la policía, pero volvió al aire a mediados de 1978, y es en este año cuando en Francia -- tiene lugar un verdadero auge de radio libres, pero al ganar la derecha las elecciones vuelve el proceso represivo contra las radios libres. Se pronuncia la Ley Lecat, la cual prevé multas de hasta ---- 100 000 francos y penas de un año a un mes de cárcel por la utilización ilegal de las ondas; a pesar de ello, este tipo de emisoras siguen emitiendo en una situación de clandestinidad, pudiendo sólo emitir mientras no sean interferidas por la policía.

Por su parte, en Italia la radiodifusión ha sido considerada como un servicio público bajo control del Estado, en donde el órgano supremo es la RAI (Radio Audizioni Italia), sus accionistas son fundamental--

mente titulares de los Ministerios de Finanzas, Correos, Interior, Tesoro y Asuntos de Estado, quienes forman el Consejo de Administración, cuyas facultades son: elegir entre sus miembros al Presidente del Consejo, al Vicepresidente, al Delegado y al Director General, quien realiza todas las iniciativas aprobadas por el Consejo de Administración y organiza y coordina toda la actividad de la RAI de conformidad con el Delegado. Un decreto del 3 de abril de 1947 definió el estatuto de la RAI a la que se le dió el monopolio de la explotación de la radio bajo control de Ministerio de Correos y Telecomunicaciones y precisó las atribuciones de la comisión parlamentaria encargada de velar por la independencia política de la radio y del Comité cultural que controlaba la calidad de las emisiones artísticas y educativas. La RAI es una empresa privada, cuyo capital es estatal. (6)

La llegada de la radio alternativa a Italia, ocurrió en 1975 con el nacimiento de las radios libres Radio Milano Internacional y Radio Emmanuel de Ancora. Para ese mismo año, existían en territorio italiano cerca de 67 radios y para 1976 había doscientos, las cuales utilizaban la banda de FM y se localizaban, sobre todo, en los centros urbanos con gran densidad de población.

En fenómeno ocasionado por las radios libres provocó que abogados, juristas y jueces acudieran al Tribunal Constitucional, después de que la RAI solicitó la clausura de estas emisoras; pero no se diferenciaba a las emisoras auténticamente democráticas de las desprovistas de contenidos y que buscaban la comercialización publicitaria.

A estas alturas, la población juvenil ya habla dado la espalda a la radiodifusión oficial, la cual, como apunta Marco Gaido, habla sido incapaz de adecuarse a una realidad en rápida transformación y preñada de una información sectaria y vaga. (7)

Las radios democráticas como Canale 96 en Milán, Radio Milano Centrale, Radio Città Futura en Roma, Radio Bra, se orientaron hacia los problemas de una auténtica gestión alternativa de la información, hacia hechos de la vida ciudadana, con ágiles y sintéticos servicios informativos sobre problemas sociales y sindicales.

Radio Milano Centrale, según narra Marco Gaido, disponía al principio de una cadena de informaciones de la vida ciudadana a través de la conexión constante con los taxistas democráticos de Milán, y estaba en condiciones de proporcionar en el momento oportuno noticias sobre manifestaciones y concentraciones en cualquier punto de la ciudad. También mantenía conexiones con fábricas ocupadas y concedía un amplio espacio a la condición de la mujer y a las minorías; transmitía publicidad pero de las tiendas que ofrecían productos a precios populares. (8)

Sin embargo, debido a la gran cantidad de estaciones que surgieron, se originó confusión entre los oyentes, aunque de los cientos de estaciones que existían sólo unas veinte eran realmente alternativas.

Patricia Flichy afirma, que el monopolio de la RAI fue total hasta mediados de los años sesenta, en que empezaron a oírse las primeras emisoras periféricas. No obstante la situación de la RAI no varió mucho, en la medida en que Radio Montecarlo y Radio Capo d'Istria no hicieron mucho por cambiar el monopolio de la RAI. (9)

A partir de la reforma de 1975, el control de la radio y la televisión italianas pasó del poder ejecutivo al Parlamento. En la práctica, esta medida se tradujo en el reparto de los canales de televisión y las cadenas de radio entre la Democracia Cristiana y la izquierda. De esta forma, la clase dirigente italiana perdió el control exclusivo de un importante aparato ideológico. A partir de entonces surgen las radios y los canales de televisión comerciales como un elemento importante de la lucha política, que junto con las radios libres democráticas transformaron profundamente el sistema radiotelevisivo italiano.

Giuseppe Richeri, describe la situación actual de la radio italiana afirmando, que "de las 2275 radios que existen en Italia, las tres cuartas partes son emisoras comerciales, con objetivos básicamente económicos..." A pesar de que muchas de estas emisoras se consideran alternativas a la RAI, excepto raras salvedades, reproducen, casi siempre en peor, su modelo de funcionamiento, sus cánones y sus estereotipos, con las únicas diferencias debidas a las dimensiones, a la preca

riedad tanto técnica como profesional.

A nivel social, el fenómeno de las radios libres ha creado una conciencia sobre el papel y la necesidad de medios de expresión y de comunicación locales; se ha consolidado una exigencia real de participación y de acceso no sólo al consumo, sino también a la producción de información y cultural.

Después de 1976, Italia llegó a un doble sistema público para las cadenas nacionales y privado para las estaciones locales. (10)

La experiencia de la radio como vehículo informativo cuenta con pocos años de tradición en España, debido al largo periodo de excepcionalidad comunicativa impuesta por el régimen franquista.

Durante la guerra civil, la radio jugó un papel importante pero como instrumento de guerra y por consiguiente como transmisora de información-propagandística. Implantada la dictadura del General Franco, tras la victoria militar, el régimen valora el poder de la radiodifusión y la utiliza para sus planes de dominio sobre la sociedad que trataba de controlar.

Así, Franco reserva el derecho a la información para Radio Nacional de España, obligando a las otras emisoras a transmitir conjuntamente los tres diarios hablados, los famosos "partes", con los que llenaba las ondas de información propagandística.

Sólo después de la muerte del general Franco, en el periodo de transición a la democracia, se llegó a la liberación informativa para la radio. En octubre de 1977 se concede libertad a las emisoras comerciales para elaborar sus propias informaciones y se produce a partir de entonces un fenómeno que ha ido creciendo en la radiodifusión, -- cuando los micrófonos salen a la calle en busca de acontecimientos y se abren los estudios a varios sectores sociales y políticos.

Sin embargo, hay que rescatar de las experiencias de la radiodifusión española a una estación que durante más de 20 años transmitió desde la clandestinidad, como un medio de comunicación original, mar

ginado y combativo del partido comunista de España.

Radio España Independiente, la "Pirenaica" fue el único medio radiofónico con que contaban las fuerzas y grupos de oposición al régimen. Con su información y su agitación propagandística llegaba a amplios sectores de la población.

La estación empezó a funcionar en 1941 desde las afueras de Bucarest, transmitía 12 horas diarias ininterrumpidas. Nadie sabía donde se lo calizaba la emisora, como apunta Mario Zapata, "Habla muchas leyendas que declan que estaba en los Pirineos y que los redactores llevaban a sus espaldas, en una mochila, la emisora clandestina... Otros declan que estaba en el tronco de un árbol en Francia. Pero tampoco era --- cierto; se hallaba en Rumanía." (11)

Bucarest fue durante largas décadas la que acogió a la emisora que -- más dolores de cabeza dió a los servicios de escucha de interfe--- rencias norteamericanos y españoles. Como quedó apuntado arriba, Radio España Independiente nació a principios de la década de los cuarenta, utilizando las instalaciones de Radio Moscú, aunque nunca tuvo inge--- rencia en ella el Partido Comunista de la Unión Soviética. Los pro--- gramas eran elaborados por españoles militantes del partido comunista español, exiliados en los países socialistas o procedentes de España.

En el aspecto técnico sí eran auxiliados por personal soviético, el - cual combatía las interferencias; según apunta Marecel Plans, se lle--- gó incluso a inventar "ondas volantes", cambiando de frecuencia cons--- tantemente; también se enviaban programas grabados para ser retransmi--- tidos desde otros países a horas y por ondas de frecuencia imprevis--- tas. Era una auténtica guerra radiofónica.

Había programas de todo tipo; existía uno denominado "Antena de Bur--- gos", elaborado íntegramente en el penal de aquella ciudad castellana y escrito por los presos políticos, los cuales lo redactaban en papel de fumar y lo hacían llegar a la radio, en donde se descifraba y gra--- baba. En este programa se denunciaban los abusos de los funcionarios, explicaban su lucha por obtener el estatuto de presos políticos y nar--- raban las incidencias y anécdotas de la vida carcelaria y, finalmen-

te, comentaban la situación política del país.

La información que transmitía la REI no era siempre exacta, en ocasiones era exagerada y triunfalista, como lo es toda emisora clandestina, situada fuera del país y que difícilmente podía comprobar todas las noticias y crónicas que recibía; por otra parte hay que tomar en cuenta que era una radio militante y su cuerpo de redacción estaba formado por militantes. La REI, recibía información de las principales -- agencias internacionales y la información del interior de España era proporcionada por las organizaciones del Partido quienes las hacían llegar a la estación pasando por formas que iban desde maletas de doble fondo, hasta grabaciones enrolladas como si fueran hilo de coser. -- Así, llegó el 14 de julio de 1977 día en que la REI se despidió de -- sus oyentes, después de que la situación en España, por la muerte de -- Franco, entraba a la democratización.

El caso de Portugal, comparte en principio las características del -- sistema español de radiodifusión al haber estado estrictamente enmarcado por un gobierno dictatorial, en donde la información es fuertemente censurada y tiene poca coincidencia con la realidad social.

En este contexto, nace Radio Portugal Libre, emisora del Frente Pa-- triótico de Liberación que reagrupa militantes de diversas tendencias políticas, y que difunde desde Argelia, a partir de los años sesentas, mensajes de contrainformación que estimulan la voluntad de resistencia antifascista. Pero la emisora más sobresaliente en este plano en -- Portugal, fue Radio Renacimiento, una estación católica que salió al aire en 1937 y que un año después es oficialmente reconocida por la -- Acción Católica Portuguesa. Durante toda una época la estación funcionó como órgano de información y propaganda de la iglesia católica.

En 1962 se venden las tres cuartas partes de las acciones de la estación a una sociedad inmobiliaria y un año después se vende la última parte a otra sociedad. En 1969, la empresa que posee el 40% del capital de la estación sede sus derechos a la Conferencia Episcopal Portuguesa, pero la estación tenía ya un marcado estilo comercial y difundía cada vez más anuncios publicitarios.

La estación posee estudios en Lisboa y Porto y disponía de dos emisoras de onda media y de quince emisoras de frecuencia modulada; es decir una infraestructura técnica que permitía cubrir todo el territorio portugués y algunas partes de España.

El 25 de abril de 1974 a las cero treinta horas es difundida por Radio Renacimiento una canción prohibida de José Alfonso, "Franola, villa morena" la que sirvió como señal que anunciaba las operaciones militares que derrocarían al régimen de Marcelo Caetano. A partir de esa transmisión, los sucesos se precipitaron y varias columnas del Regimiento de Asalto de Santarem se dirigieron hacia la capital y unas horas más tarde fueron seguidas por las unidades del Séptimo Regimiento de Caballería y del Quinto Batallón de Cazadores, así como de --- otras unidades rebeldes.

El Movimiento de las Fuerzas Armadas difunde por Radio Clube Portugués el primer comunicado llamando a la población a guardar la calma y hace un llamado a la policía y a la Guardia Nacional a permanecer en sus cuarteles y a no oponerse a las maniobras militares. Horas más tarde, se anuncia la dimisión de Caetano a favor de Spínola y el MFA agradece a la población su cooperación.

El 2 de mayo, el Sindicato Nacional de Periodistas, llama a la organización de comités de redacción en todos los órganos de información para que tomen el poder de decisión y la autonomía frente a las direcciones para impedir cualquier censura interna, pero 5 días después -- los comités de redacción son substituidos por miembros de la Junta. -- Mientras, en Radio Renacimiento la situación interna se torna tensa, -- primero al no ser autorizado un reportero que iba a acudir a la estación Santa Apolonia, donde se recibirla al presidente del partido socialista, Mario Soares y posteriormente un periodista es amenazado -- con el despido por el gerente de los estudios de Lisboa, por haber incluido en un boletín una nota de la agencia china, Noticia. El 30 de abril, la administración emite su veto a la retransmisión de un reportaje sobre la llegada al aeropuerto del secretario general del partido comunista, Alberto Cunhal y de dos cantantes; dieciocho horas después los empleados del servicio de información se declaran en huelga, seguidos horas después, por el resto del personal de la estación.

Los trabajadores logran eliminar el sistema de censura para Radio Renacimiento y en cuanto a la gestión de la estación, se llega al compromiso de que los trabajadores y la dirección firmarán un convenio. - La estación sería dirigida por un nuevo Consejo de Gerencia, constituido por representantes del episcopado y por una Comisión de Gestión cuyos miembros serían elegidos por los trabajadores, que pronto se dan cuenta de que esta forma no les asegura el control de las emisiones.

Para finales de mayo de 1974, la extrema derecha convoca a una manifestación para la liberación del capitán cubano Peralta, los reporteros de Radio Renacimiento dan testimonio de esta manifestación y provocan la furia de Spínola, quien amenaza con cerrar la radiodifusora; al interior de la estación, los trabajadores se dividen y los responsables de cubrir la manifestación son despedidos de la estación por una decisión mayoritaria de la asamblea general de los trabajadores. - Posteriormente, la dirección suspende a once trabajadores, supuestamente por no someterse a pruebas psicotécnicas. Para resolver el problema, el Ministerio del Trabajo intenta varias veces la conciliación pero no se logra ningún acuerdo, por lo que los trabajadores, apoyados por sus colegas de Porto, lanzan un emplazamiento a huelga, la cual estalla el 19 de febrero.

Para el 11 de marzo de 1975, elementos rebeldes tratan de propiciar un golpe militar. En esta ocasión, los medios de difusión también se encuentran en el centro de la acción; Radio Club Portugués, una estación privada en la que colaboran algunos periodistas progresistas y procomunistas, cesa bruscamente sus emisiones. Se sabrá más tarde -- que sus instalaciones técnicas han sido bombardeadas por elementos rebeldes de la aviación y sus estudios son ocupados brevemente por unidades de paracaidistas.

La Radio Nacional es la única que emite y difunde música clásica y militar, al mismo tiempo que transmite comunicados llamando a la población a permanecer tranquila y unida al MFA quien afirma que tiene la situación bajo control.

La tentativa de golpe de Estado sorprende a los trabajadores de Radio Renacimiento en plena lucha contra la dirección. El día del intento

de golpe militar, los técnicos y periodistas de la estación deciden difundir, en muestra de solidaridad, los mensajes preparados por los periodistas de Radio Clube.

Días más tarde, los trabajadores de Radio Renacimiento vuelven a sus puestos y la estación reinicia sus transmisiones. El gobierno nombra una comisión mixta, compuesta por representantes del MFA y del Ministerio del Trabajo, encargada de establecer una plataforma de entendimiento entre el Consejo de Gerencia y los trabajadores, tentativa de conciliación que, como las precedentes, termina en fracaso.

De esta forma, los trabajadores de la estación deciden ocupar los estudios y las emisoras de Lisboa a partir del 27 de mayo a fin de garantizar el empleo de todos los trabajadores de la estación y asegurar la transformación de la radiodifusora en una estación auténticamente popular y al servicio de la revolución. En adelante, Radio Renacimiento se pone al servicio de la clase obrera, de los campesinos y del pueblo trabajador.

En las semanas que siguen a la ocupación de los estudios y de las emisoras de Lisboa y su puesta al servicio de la clase trabajadora, la dirección intentará toda suerte de maniobras para aislar a los ocupantes. Pedirá la interrupción de la energía eléctrica y el corte de cables telefónicos, a lo que rehusaron los trabajadores de las telecomunicaciones.

Logrará que las agencias Reuter y France Press dejen de transmitir sus servicios a la estación; aunque en vano pues los trabajadores de Radio Clube pondrán a disposición de sus camaradas el material proveniente de las agencias. Después de estas medidas; los trabajadores de Porto ya no se adhieren al movimiento; a partir de entonces los estudios de las emisoras de Porto emitirán programas diferentes de los de Lisboa, bajo la responsabilidad del Consejo de Gerencia y de la jerarquía católica.

El 2 de julio el Primer Ministro de Portugal, convocó a los representantes de los trabajadores de Radio Renacimiento y les anuncia que el gobierno se dispone a entregar la estación al episcopado. Los --

trabajadores difunden la noticia por la estación y se movilizan cientos de personas a manifestarse en contra de la decisión. Al día siguiente, el Consejo de la Revolución condena y anula la decisión tomada por el gobierno y se determina que la estación será manejada por una comisión administrativa, en espera de la promulgación de una ley que ponga a todas las radiodifusoras bajo el control del Estado. Esta comisión será disuelta poco tiempo después.

La programación estaba totalmente involucrada con la actualidad y contaba con gran popularidad entre los trabajadores.

El Sexto Gobierno provisional decide la vuelta al orden en la jerarquía militar y como meta principal se encuentra también meter en cintura a los medios; todavía controlados en su mayoría por fuerzas de izquierda. Así, el Consejo de la Revolución reunido el 8 de septiembre, decide restablecer la censura en la prensa para la información de carácter militar, pero esta ley no será seguida por los periódicos ni por las estaciones de radio, que seguirán difundiendo información sobre lo que acontece en las unidades militares.

Ante esta reacción, el 29 de septiembre, el Primer Ministro y el Consejo de la Revolución deciden ocupar con unidades del ejército las estaciones de radio y televisión. Sin embargo, el primero de octubre, se anuncia el fin de las medidas tomadas, aunque las fuerzas de la policía continuaron vigilando los locales y las estaciones no podían difundir más que los comunicados enviados y aprobados por el Ministerio de Comunicación Social. El levantamiento de las medidas en contra de las estaciones de radio y televisión no se aplica a Radio Renacimiento que no está autorizada a transmitir, con la ocupación del ejército las instalaciones son saqueadas y los archivos saqueados. El 7 de noviembre la emisora de Buraca, después de la evacuación de los técnicos, es volada por un grupo de paracaidistas acompañados por cinco civiles bajo las órdenes del Consejo de la Revolución.

Las manifestaciones de protesta en contra de la voladura de Radio Renacimiento reúnen a algunos millares de personas, los trabajadores ocupan los estudios y deciden organizar una campaña de suscripción para reequipar sus emisoras. Las circunstancias no les darán oportuni-

dad de llevar a cabo su proyecto, pues la tentativa de un nuevo golpe de estado se cerró sobre Portugal, pero recuperando nuevamente - el control por el Sexto Gobierno, el 2 de diciembre, las estaciones de radio son nacionalizadas, salvo Radio Renacimiento, debido a las ligas que mantenían el gobierno de Portugal y el Vaticano por el Concordato de 1940.

La radio y televisión del Estado son restructuradas para garantizar - "el pluralismo democrático", pero en realidad eso significó una depuración de los elementos ligados al partido comunista portugués y a la extrema izquierda en ese sector. De esta forma, después de la nacionalización son despedidos varios periodistas, técnicos y empleados de las estaciones de radio y televisión, que en algún tiempo estuvieron al servicio de la revolución y la clase trabajadora. (12)

El sistema informativo de los países socialistas es planificado en -- cuanto a organización y contenido; los medios son orientados por el - Partido que asume a través de los organismos de Estado la responsabilidad política, moral y cultural de orientar los medios al servicio - de los trabajadores. Se le da prioridad a la interpretación y a la - explicación de los acontecimientos y se utilizan en gran escala para la difusión de la cultura que eleve el gusto popular, como el teatro, el ballet, la literatura.

En Rusia, el gobierno soviético reactivó en 1918 las experiencias de radiodifusión sostenidas por Lenin, quien ya preveía "el periódico -- sin papel y sin fronteras". La radio respondió a la necesidad de superar los problemas de distancia; desde los comienzos fue concebida - como un instrumento de propaganda y de educación de las masas. En un principio, apuntan Pierre Albert y André Tudesq, las emisiones de radio en la Unión Soviética fueron obra de los sindicatos y del Comisariado del Pueblo para la educación nacional; luego, en 1928 pasaron a estar bajo el control del Ministerio de Correos y Telecomunicaciones. (13)

En 1933 se creó una Comisión para la Radiodifusión, incorporada al Ministerio de Cultura; el Radio Comité Central desarrolló una red de -- emisoras que pasó de 57 en 1932 a 90 en 1940. La radio Central emite

en ruso desde Moscú; a las catorce repúblicas que constituyen la --- URSS, las emisiones son difundidas a la vez en lenguas locales y en ru so. Hasta 1960, la radiodifusión era el medio de difusión más extendido en la URSS, al cual se le ha asignado la función de educar a la población desde el plano político, social y militar, para estimular la producción, el arte, la cultura. Con estos objetivos, el Estado soviético ha desarrollado la escucha colectiva, distribuyendo re ceptores en las escuelas, sindicatos, fábricas, plazas públicas, comu nas, asegurando la audición colectiva a millones de oyentes.

En China, con la llegada de Mao al poder, la radio llega a ser un monopolio de Estado y se centraliza mucho a partir de la emisora de Pekín. El analfabetismo hizo que el uso de la radio fuera un objetivo indispensable para la propaganda comunista, para difundir la educa--- ción social, económica y cultural, aunque la diversidad de lenguas di ficultó esta tarea. El régimen maoista, al igual que lo hiciera el régimen soviético, favorece la escucha colectiva de la radio. Radio Pekín en sus transmisiones tiene informativos especiales en los que el locutor lee las noticias lentamente y vuelve a repetir las, con el fin de que en las remotas aldeas del interior personas adiestradas to men nota de estos informes y las transmitan después a los aldeanos, en reuniones convocadas especialmente, a través de periódicos murales o en conversaciones informales. Estas personas encargadas de transmi tir la información procedente de Pekín, se encargan de recoger los co mentarios que obtuvieron en sus contactos directos con las masas y las envían a los medios de difusión, al gobierno y al Partido. (14).

En Cuba, según Ana Goutman, la organización política permite la comunicación sobre todo la de primer orden, la que posibilita la interre--- lación entre los hombres, la comunicación interpersonal. (15) Para responder a la campaña anticubana surgieron la emisora Radio Habana y la agencia informativa, Prensa Latina, que rompió con el monopolio in formativo norteamericano, se crearon revistas diversas y todos los me dios se convirtieron en agentes de educación y orientación de las masas para la adopción de nuevos hábitos, costumbres, conductas y promover la autoeducación permanente, así como el planteamiento de obje tivos y responsabilidades, y la explicación de éstas. El anal fabetismo desaparece y la población escolar aumenta, elevando los nive

les culturales; se incorpora la mujer al trabajo; surgen nuevos planes y técnicas agrícolas e industriales y se organiza el trabajo. Este proceso exige un volumen mayor y mejor de información y profundización, de ahí que los medios de difusión conjuguen cultura y entretenimiento. En este plan, no son olvidadas las escuelas de arte, los círculos de lectura, la música, la danza, sino que todas ellas son incorporadas a la comunicación.

Por ello también, se construyen galerías, bibliotecas, editoriales, librerías, teatros, cines. Todos los medios de difusión pasan a formar parte orgánica del complejo de instituciones responsabilizadas con la educación política, moral y estética de la población y asumen la misión de complementar el proceso de comunicación directa con las masas.

La política del partido comunista en Cuba, en torno a los medios de difusión, toma como punto de partida sus posibilidades para ejercer una influencia sistemática y al mismo tiempo diferenciada en el proceso educativo por niveles y por sectores. La política del partido tiene como finalidad abordar la problemática de los medios en toda su complejidad, garantizando su calidad en correspondencia con sus posibilidades económicas, de modo que cumplan sus funciones educativas, de información, organización, cultura, recreación y movilización, identificadas con la política del partido y los objetivos del Estado socialista.

El Congreso de ese país señala al respecto, el papel que le corresponde de a los sindicatos y a las uniones de periodistas, escritores y artistas, quienes deben de lograr la más profunda identificación de los trabajadores con los objetivos y tareas de la revolución, así como a los cuadros de trabajadores de los órganos de difusión masiva, que tienen el deber de ampliar y perfeccionar las vías para el ejercicio del derecho a la información, de tal manera, "que las masas dispongan de las más variadas posibilidades de conocer lo que ocurre en la sociedad que ellas transforman". (16)

Es importante hacer notar las atribuciones específicas que se le asignan a cada medio; al respecto, las autoridades cubanas destacan, que de acuerdo a las características individuales y al radio de acción --

que comprendan, los medios de difusión deben dedicar esmerada atención a las tareas de la revolución y reflejar la problemática del país, para reforzar la unidad popular y la ayuda mutua.

Los medios cubanos, dan prioridad a la información sobre la vida en los países socialistas, el movimiento obrero en los países capitalistas, los movimientos de liberación nacional y particularmente el movimiento revolucionario en los países de América Latina y en general de los países subdesarrollados.

Para llevar a cabo estos objetivos informativos, el Congreso señala como indispensable, la aplicación de dos principios básicos: la planificación del contenido y la especialización temática de los redactores y escritores. La política comunicacional cubana, señala como parte indispensable del proceso, el perfeccionamiento constante del trabajo de los órganos de difusión masiva, así como la verificación sistemática de su eficacia, mediante investigaciones periódicas, con sultas y debates con grupos sociales representativos.

En materia de radiodifusión, los dirigentes cubanos ponen en práctica el pensamiento del Che Guevara, para quien "la importancia de la radio es capital, porque explica, enseña, excita y determina".

Y pasando a las experiencias realizadas en América Latina en materia de radiodifusión alternativa, se iniciará esta exposición con la que fue una de las primeras experiencias de radio alternativa en nuestro continente, Bolivia, que es tal vez uno de los países latinoamericanos donde las organizaciones obreras han logrado apropiarse de la tecnología radiofónica.

A partir del año de 1952, de manera paulatina, diversas organizaciones sindicales adoptaron el uso de la radio como instrumento para el desarrollo de su propia comunicación. Este es el caso particular de las llamadas "radios mineras de Bolivia".

Actualmente, los mineros de Bolivia, a la par de sus luchas por la reivindicación de sus salarios y las libertades democráticas en su país, luchan también por la restitución de sus 23 estaciones radiofó

nicas, las que en repetidas ocasiones fueron clausuradas y destruidas por los militares en el poder.

Dentro del campo de la radiodifusión alternativa es frecuente oír de las radios mineras de Bolivia como un hecho singular en las experiencias de comunicación popular en América Latina. El complejo de emisoras mineras nace como una necesidad de base, después del triunfo de la Revolución Nacional del 9 de abril de 1952 y se presenta como un fenómeno importante en la comunicación mundial, porque no hay otra experiencia similar en la radiodifusión.

En 1941 al nacer el Movimiento Nacionalista Revolucionario, MNR, nacen también los primeros intentos de comunicación a través de la llamada Radio Bolívar, la que servía a los intereses de esta organización política que preparaba la revolución del 52. En los años de 1948-49 aparece una emisora clandestina en las minas, llamada Radio Sucre, nunca se pudo determinar a qué respondía su clandestinidad, pero se sabía que respondía a intereses de un sector de nacionalismo de derecha, encabezado por los maestros que egresaban de la Normal Superior de Sucre. En ese año de 1948, la empresa Patiño llevaba a los mejores maestros y médicos a sus minas denominadas "Siglo XX. Era como una especie de premio a estos profesionales. Este grupo de maestros saca al aire Radio Sucre, que funcionaba con un equipo pequeño; como en aquel tiempo estaba poco difundida la radio, sólo existían 2 aparatos receptores en todo el pueblo de Llallagua, ubicados especialmente en la Plaza del Minero, donde la gente se concentraba para escuchar las transmisiones del exterior, cuando fueron sorprendidos los habitantes de aquel pueblo con las transmisiones de problemas locales. Sin embargo, Radio Sucre tuvo una corta vida sin mayor trascendencia política ni sindical, aunque forma parte de los antecedentes más inmediatos de las radio mineras. Es en realidad en los años de 1952 y 1953 cuando salen al aire las primeras radiodifusoras mineras. La Voz del Minero, de la mina Siglo XX, es la pionera de esta gran experiencia radiofónica, que surge después del triunfo de abril, de la nacionalización de las minas, al influjo de la conmoción revolucionaria.

En Catavi sale otra radio, la de 21 de diciembre, en homenaje a los -

mineros caídos en la primera gran matanza de 1942. Casi inmediatamente después surge otra radio minera, Radio Nacional de Huanuni y esto provoca una fiebre de emisoras sindicales que se esparce en los sectores mineros. Cada uno de los sindicatos se apresta a conseguir facilidades técnicas y legales del gobierno para instalar sus emisoras; llegó el momento en que existían competencias entre los sindicatos para ver quién tenía la emisora más potente, quien tenía la mayor cantidad de discos y los mejores micrófonos. Total que para 1963 existían en operación 23 emisoras mineras en todo el país entre las que se contaban: La Voz del Minero de Siglo XX; Radio Nacional de Huanuni; San José de Oruro; 21 de Diciembre de Catavi; Colorqui; Radio Vanguardia, Radio Santa Fe; Radio Morococala; Radio Milluni; Radio Bolsa Negra; Radio Nueve de Abril; Chorolque y Siete Tuyos, Radio Pulacayo y la famosa Pío XII.

Las 23 estaciones mineras que existían en el territorio boliviano sólo cubrían de este el 20%; su potencia en algunos casos sólo llegaba a los 500 watts y había comunidades mineras que contaban hasta con cinco estaciones de radio, tal fue el caso de Llallagua, que con una población de 50 mil habitantes tenía cinco emisoras, cada una con su presupuesto, su programación y sus propios problemas, pues no existía una entidad que las coordinara.

Las emisoras subsistían por el apoyo directo de los trabajadores a pesar del esfuerzo que les significaba, pues les descontaba quincenalmente un porcentaje de sus ya de por sí bajos salarios. Generalmente las transmisiones de una emisora minera era de 6 a 8 horas diarias, con intervalos. A las horas en que dan luz a los pueblos. Normalmente iniciaban sus transmisiones a las cinco de la mañana, que es la hora en que empieza el trabajo minero y se interrumpen a las ocho de la mañana para reiniciarlas a las 12 del día hasta las 2 de la tarde y nuevamente desde las 6 de la tarde hasta las 10 de la noche. La programación estaba integrada por música ranchera mexicana, música argentina y música boliviana, con lecturas de comunicados o informes e invitaciones sindicales y deportivas. Por lo general, eran como una especie de tocadiscos-relojes. Sin embargo, aún en esas condiciones las emisoras a veces lograron centralizar el poder; en ocasiones por encima del propio sindicato. A veces los locutores

eran más populares y hasta más importantes que los líderes sindicales. Por ejemplo un trabajador podía llegar a denunciar a su máximo líder sindical.

Por muchos años la radio minera es ajena al problema político y social hasta que en 1959, acontece la fundación de Radio Pío XII. La misión Oblata de María Inmaculada, que estaba desde hacia seis años antes en las minas, instala esta emisora denominada Pío XII en homenaje al Papa católico, con una línea anticomunista y con una envidiable organización y disciplina en el aspecto de la programación, de la educación del locutor y su formación ideológica. Sus instalaciones fueron construidas especialmente y contaban con salas de grabaciones, sala de redacción, de locución, fonoteca y viviendas para los locutores.

La emisora estaba instalada en Siglo XX y era una especie de fortaleza, a la que no podía acceder cualquier persona.

Los locutores se acomodaban al esquema eclesialístico, aunque eran muy bien pagados. La presencia técnica de esa estación afectó la actividad de las radios mineras, las cuales empiezan a mejorar y a exigir más a sus locutores, en términos generales, la Pío XII llegó a cambiar el sistema de las radios mineras, que empezaron a preguntarse por qué no podían ser semejantes a ésta, y se dieron a la búsqueda de mejor equipo y mejores locutores para mejorar la calidad de sus transmisiones. Sin embargo, es importante mencionar que la estación Pío XII --- transmitía con 2000 watts de potencia, lo que le permitía cubrir casi todo el país, mientras las radios mineras eran de 300 o 500 watts. --- Además, la estación contaba con buena programación musical, informativa y de radioteatros y aunque hace reaccionar a las emisoras sindicales, era una amenaza contra las organizaciones obreras por su marcado anticomunismo y se ganó enemigos definitivos que llegaron a dinamitarla un par de veces y persiguieron a los locutores.

Pero, para 1965, en la Pío XII se estaba dando un fenómeno importante. El sindicato que se habla formado en la radio planteaba algunas reivindicaciones a los sacerdotes. Por ejemplo que a los locutores del lugar se les pagara igual que a los locutores traídos de la ciudad, demanda a la que los trabajadores de las minas se unieron. Todo esto re

percute en la actitud de Radio Pío XII hacia los trabajadores de las minas. A partir de 1965 la emisora pasa a convertirse en lo que se llamó "la voz de los sin voz", se transforma en el único medio de protesta y difusión comprometida con la causa de los trabajadores.

Este rápido proceso de transformación etiqueta a la emisora como una radio comunista; los sacerdotes se vuelven progresistas, con una conciencia clara de lo que ocurría, pues se les morían los niños en los brazos y los mineros a causa de la silicosis. La realidad pudo más que los sermones y a los sacerdotes se les veía metidos en los sindicatos contribuyendo a la lucha obrera. Para entonces, la crisis económica, política y social que atravesaba Bolivia había producido el gran descalabro nacional y la primera gran ofensiva contra las emisoras mineras, hasta que desaparecen, destruidas por los militares, pues las emisoras ya estaban organizadas y hacían enfrentamientos políticos al gobierno y al imperialismo, ya habían identificado al enemigo, el imperialismo norteamericano, representado en Bolivia por el Fondo Monetario Internacional.

A causa de todo esto, en 1965 se produce el silenciamiento total de las emisoras, con destrucción de equipos por parte de los militares. No fue una incautación, sino destrucción ametrallando el equipo, los discos, los micrófonos y todo lo que se encontraba en las instalaciones y también se empieza a perseguir a los locutores. Mientras tanto, la Pío XII sigue transmitiendo, debido a que ésta había tomado un rumbo más educativo que político: la alfabetización. En este tiempo -- Pío XII realiza un gran proyecto en el campo; distribuye gratuitamente unos 1 500 aparatos receptores de Frecuencia Modulada para una sin tonía cautiva y conforma un pequeño regimiento de 20 maestros rurales que daban asesoría a los grupos de oyentes. Pero, paralelamente, en su proceso de transformación no dejan de atacar al régimen militar -- instaurado en Bolivia por el general René Barrientos. No pasó mucho tiempo para que la estación Pío XII fuera atacada, pues ya había asumido abiertamente la defensa de los trabajadores. Entre tanto, las demás emisoras estaban silenciadas, hasta 1969 cuando muere el general Barrientos y asume el poder Luis Adolfo Siles, pero en ese mismo año sube al poder el general Alfredo Ovando Candia, quien hace un fugaz -

gobierno democrático y progresista, y devuelve las emisoras a los mineros. Las emisoras vuelven a operar hasta 1971, y en el golpe militar del general Bánzer son nuevamente destruidas.

La Pío XII también fue silenciada en el 71, pero en el 73 reinicia -- sus transmisiones conjuntamente con algunas de las emisoras mineras -- por un lapso muy corto, dos años. En el 75 es clausurada, pero no -- destruida. Para entonces Radio Pío XII se habla radicalizado total-- mente; ya no era la simple denuncia, sino el enfrentamiento directo -- al gobierno y es en ese año en el que es clausurada por Bánzer porque habla adoptado una actitud de apoyo abierto y decidido a las huelgas mineras que ocurrieron en esa época. Todas las estaciones mineras -- que funcionaban en esa época participan de manera directa en la huelga minera general, que llegó a durar 48 días, con cerco militar y eco-- nómico de las minas. Ya después el silenciamiento de las emisoras du-- ra hasta la caída de Bánzer en 1978, hasta el triunfo de la huelga de hambre que derrocó a la dictadura.

En realidad la radio en Bolivia es un gran instrumento político, no -- sólo por el caso de las radios mineras, sino porque siempre han tenido que ver directamente con los movimientos populares. Para esto ba-- sta recordar la actividad que desempeñaron en el tiempo de Torres y el temor que despiertan a los regímenes fascistas, como el de Bánzer o -- el de García Meza, este último ha destruido no sólo las emisoras sin-- dicales, sino también las emisoras privadas como fue el caso de Radio Fides en la Paz y Radio San Gabriel.

La historia de las radios mineras en los últimos años, es un conti-- nuo vaivén entre aparecer y desaparecer, entre la destrucción y la -- clausura, que coincide con la trágica historia de Bolivia; un puls -- golpeado fuertemente por las dictaduras militares que no dejan avan-- zar al pueblo en la construcción de su democracia. Pero a pesar de -- eso, en ningún momento los trabajadores dejan de reclamar sus emiso-- ras. Siempre existe este reclamo entre las demandas obreras.

Como resultado de las repetidas caídas que han sufrido las emisoras -- mineras no han podido levantarse totalmente. A la fecha están silen-- ciadas. En 1978, una vez derrocada la dictadura de Bánzer, son de--

vueltas 15 emisoras. Para entonces, ya se podía hablar de cierto nivel de conciencia de los trabajadores acerca del valor de la radio y empiezan a trabajar dentro del esquema de la Unidad Democrática Popular (UDP) y se integran al movimiento democrático que vive el pueblo boliviano de 1978 a 1980, pero nuevamente son destruidas por el gobierno militar de García Meza. En este momento, no funciona ninguna de las emisoras mineras, las cuales cumplieron un papel de gran importancia, a tal punto, que solamente cuando fué acallada la última de --- ellas, se consideró que la resistencia popular había llegado a un fin y que los trabajadores habían optado por replegarse. Pero ello sucedió dos semanas después del golpe, hasta entonces, las radios de las minas fueron el factor aglutinante de los trabajadores y su influencia se hizo sentir sobre las zonas campesinas próximas a los centros mineros y sobre las ciudades, donde la población seguía día a día los acontecimientos a través de las emisoras sindicales. (17)

En Centroamérica Radio Noticias del Continente, la emisora costarricense, constituyó sin duda una opción de difusión colectiva apegada a las necesidades sociales en países como los nuestros. Aunque se tiene muy poca información sobre el desarrollo de esta emisora, ésta --- siempre estuvo ligada a los movimientos populares de los pueblos latinoamericanos y mantenía una red de contactos por todo el continente, lo cual le permitía organizar una programación comprometida con las luchas de los trabajadores y sus relaciones con los centros de educación superior, también en todo el continente, le proporcionaban información suficiente para organizar una programación de alta calidad. -- Después de la transmisión del triunfo de la revolución sandinista, la emisora empieza a ser amenazada con bombas que finalmente estallan en 1978 pero que no dañan la emisora. Con la llegada al poder de Rodrigo Carazo Odio, la estación es clausurada, después de haber encontrado, según declaraciones de la policía costarricense, un arsenal de armas en sus instalaciones; inmediatamente después del cierre, se forma una cadena internacional de solidaridad con la estación, la cual durará poco tiempo. La clausura para Radio Noticias del Continente hasta la fecha sigue vigente.

Otra experiencia alternativa la constituye Radio Sandino, la estación nicaraguense del Frente Sandinista de Liberación Nacional, la cual --

conmovió a todo el continente a finales de la década de los setenta.

La estación nació en condiciones muy difíciles, cuando el pueblo nicaragüense sostenía una heroica resistencia contra el régimen militar de Anastasio Somoza. Como una respuesta a este régimen de terror, el pueblo nicaragüense empieza a organizarse dirigido por el FSLN. Al principio esta organización no contaba con mayor apoyo, pero poco a poco, se fue ganando la confianza de las masas de ese país.

El pueblo había permanecido durante casi medio siglo en un estado de opresión, y el triunfo se presentaba muy difícil, pero la relación de fuerzas internacionales influyó en la toma de conciencia de la población.

En medio de esta situación, en 1978, se creó Radio Sandino, en la clandestinidad y comenzó a difundir noticias sobre la situación interna del país, y sobre todos los combates que se desarrollaban en el territorio nicaragüense.

Esta emisora jugó un papel de primer orden en la conducción de la lucha contra el somocismo, porque desde la clandestinidad trazaba orientaciones para las organizaciones que operaban en todos los rincones del país; orientaba al pueblo sobre los pasos a dar; le decía lo que debía hacer, como luchar, inclusive como armar o desarmar una granada, material de guerra, etc.

Radio Sandino no fue la única emisora que apoyó al Frente Sandinista, también Radio Futura lo hizo, pero fue dinamitada por el ejército, y aún no se ha podido reponer el equipo destruido.

El 19 de julio de 1979, Radio Sandino dejó de ser una emisora clandestina, pasó a ser Emisora de la Vanguardia y vanguardia de las emisoras. Pero actualmente el régimen sandinista aún se encuentra con problemas técnicos para instrumentar una política de comunicación, pues gran parte de la industria de la radiodifusión quedó destruida, -- aunque ya se ha definido la finalidad principal de los medios de difusión sandinistas: elevar la cultura y la educación del pueblo, lo que en un principio se está obteniendo con la campaña permanente de alfa-

betización de la población. (18)

Se ha dejado como última experiencia la realizada en 1974 en Guatemala, ya que ésta constituye un ejemplo de las muchas experiencias de este tipo que se han realizado en América Latina, como parte de los programas de extensión agrícola, analizados en el capítulo IV. Como se apuntó anteriormente, este tipo de programas son de carácter micro social y aunque se siguen aplicando en nuestro continente para mejorar la producción y reducir el analfabetismo ninguna de ellas ha conducido a un verdadero cambio social.

El programa fue preparado por la Oficina para Latinoamérica y el Caribe, de la Agencia para el Desarrollo Internacional y se llamó Programa de Educación Básica Rural, fue un programa experimental de educación no formal que no requirió que las personas fueran alfabetas para poder participar en él. La audiencia principal la constituyeron los agricultores de subsistencia, a menudo analfabetas, que utilizaban pequeñas parcelas de tierra. El programa enfatizó la información que pudiera ser utilizada por dichos agricultores para ayudarlos a mejorar su producción e ingresos de las cosechas de granos básicos.

Se utilizó la radio en combinación con otros medios de comunicación para determinar la efectividad y costos relativos de combinaciones se lectas de medios potencialmente útiles en programas de desarrollo de limitados recursos. Las combinaciones específicas impuestas en las áreas experimentales incluyeron: 1) programas de radio educativa; 2) radio educativa reforzada por reuniones de grupos pequeños y otras ac actividades interpersonales dirigidas por un "monitor" adiestrado; 3) radio educativa, actividades del monitor y asistencia técnica limitada de un agrónomo/extensionista; y 4) actividades del monitor únicamente. El mismo mensaje agrícola se envió a través de varios medios de comunicación.

El programa operó en dos regiones contrastantes de Guatemala: en el sudeste con población predominantemente ladina de habla hispana y el altiplano del Occidente de Guatemala, con su población indígena de ha bla Quiché. En la primera región el Programa incluyó dos juegos de áreas experimentales y un área de control. En la segunda región se -

utilizó un juego de áreas experimentales y de control. El programa experimental continuo se mantuvo durante aproximadamente tres años en el sudeste y dos en el occidente.

Este programa experimental terminó a finales de 1976 en el sudeste y un año después en Occidente. Sin embargo, el Ministerio de Educación de Guatemala ha continuado el mismo tipo de programas educativos en ambas regiones.

El agrónomo de campo del Programa de Educación Básica Rural, era un perito agrónomo asignado para prestar asistencia como extensionista a los agricultores de las comunidades, que recibían información agrícola por medio de un sistema de medios, principalmente la radio y a través de contactos interpersonales en las comunidades, por medio del monitor, el cual pertenecía a la comunidad.

Fueron instaladas dos emisoras, una para cada región, ambas operaban en banda media en competencia directa con otras estaciones de la región. La programación estaba integrada por grabaciones y programas en vivo de interés a la comunidad, programas de variedad musical, --- anuncios e informes sobre eventos locales, respuestas a cartas recibidas, lo cual ayudaba a proporcionar un canal de comunicación entre la gente de la localidad y la estación de radio.

El monitor visitaba semanalmente cada una de las comunidades asignadas a él, y hablaba con los agricultores sobre sus actividades agrícolas y los invitaba a asistir a los radioforos. Cuando los agricultores se reunían, el monitor utilizaba un cassette pregrabado y una serie de carteles para presentar el mensaje agrícola de la semana.

Aunque los mensajes educativos fueron adaptados a la comunidad y fueron dirigidos a los intereses y problemas de las personas de las áreas rurales y que se mejoraban los programas y la aceptación de los mensajes, el programa no estaba apoyado por otras instituciones que brindaran apoyo técnico en el campo, fertilizantes o créditos para mejorar la producción de granos, por lo que este programa sólo demostró el --- gran potencial de la radio para implementar y apoyar este tipo de programas. (19)

N O T A S

1. Schmucler, Héctor, "Los medios de comunicación en Argentina", en - Argentina, Cuba, Chile: Realidad política y medios masivos, Cuadernos del Centro de Estudios de la Comunicación, FCPyS,
2. Cfr. Cremoux, Radl, "Formas de Manejo de la Radio y Televisión" en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69, FCPyS, UNAM, 1977, - p. 65
3. Albert, Pierre y Tudesq, André, Historia de la Radio y la Televisión, Ed. FCE, 1982, p. 28
4. Ibid. p. 32
5. Flichy, Patrice, "La explosión del monólogo. Las radios paralelas en la Europa Occidental", en De las Ondas Rojas a las radios libres Ed. Gustavo Gili, 1981, p. 187.
6. Cremoux, Radl, op. cit. p. 68
7. Gaido, Marco, "Los orígenes: la FM, los disk jockeys y las radios piratas", en De las ondas Rojas a las Radios libres, Ed. Gustavo - Gili, 1981, p. 176
8. loc. cit.
9. Flichy, Patrice, op. cit. p. 185
10. Cfr. Albert, Pierre y Tudesq, André, op. cit. p. 112
11. Zapata, Mario, "El combate de las radios marginales", en Comunicación Alternativa y Cambio Social, UNAM, 1981, p. 323
12. Esta experiencia radiofónica fue tomada del trabajo realizado por Collin Claude, "Radio Renacimiento en la revolución de los clave--les", en Comunicación y Cultura No. 8 UAM, 1982 p. 101-137 y del mismo autor, Radiopoder. La radio como instrumento de participa--

ción social y política, Folios Editores, 1983

13. Albert, Pierre y Tudesq, André, op. cit. p. 43
14. Cfr. Liu, Alan, Comunicación e Integración Nacional en la China Comunista, Ed. Gustavo Gili, 1978
15. Goutan, Ana, "Los medios de comunicación en Cuba" en Cuadernos del Centro de Estudios de la Comunicación, FCPyS, UNAM, 1981 p. 35
16. Ibid. p. 51
17. La experiencia de las Radios Mineras Bolivianas se basó en los trabajos realizados por Schucler, Héctor y Encina, Orlando, "Las radios mineras en Bolivia", y Gumuncio Dragón, Alfonso, "El papel político de las radios mineras. Un documento para la Historia" en Comunicación y Cultura No. 8, UAM, 1982. p. 69-99
18. Tomado de la ponencia presentada por López Wilfrido, "Radio Sandino" en Primera Reunión Internacional de Radiodifusoras Universitarias, - Culturales y Educativas. (RIRUCE), UNAM, 1981, p. 259-262
19. Academia para el Desarrollo Educativo, Washington D.C. El Agrónomo de Campo de Educación Básica Rural (Guatemala), mimeo, 1978.

CAPITULO VI

EL MENSAJE RADIOFONICO EDUCATIVO: SUS ELEMENTOS

La urgente búsqueda por encontrar un modelo de radiodifusión social que rompa con los hasta hoy estereotipadas formas de difusión existentes, hace necesario el análisis de las condiciones de posibilidad de expresión de las clases subalternas y de las organizaciones sociales a través de los órganos masivos de difusión y de las relaciones de esta posibilidad, con los límites de seguridad del sistema capitalista dependiente que existe actualmente en nuestro país.

Dentro del ámbito de los medios de difusión se ha manifestado un reclamo general por nuevas formas participativas dentro de estos instrumentos, pero no abundan los diseños que concentren este principio.

Lo usual cuando se habla de producción y distribución discursiva, es que se remita el problema a una sola dimensión, ya sea el contenido, el emisor, el receptor, o el medio. Sin embargo, cuando nos encontramos frente a una actividad discursiva no podemos desconocer que existen diferentes niveles que se constituyen como instancias - de lo discursivo, es decir, que las variantes del proceso comunicativo corresponden a una modalidad específica y a las interrelaciones de los elementos que esta guarda.

A partir de la situación actual que priva en la operación de los medios de difusión en nuestra sociedad, este capítulo intentará describir las variantes de nuestro sistema de difusión y las posibilidades de instrumentar un diseño de operación alternativa para la radiodifusión.

A) RECEPTOR EMISOR

So pretexto de garantizar al ciudadano el derecho a la información, los gobiernos revolucionarios, no cesan de imaginar medidas para limitar ese derecho. Las técnicas burocráticas y la complejidad del sistema político mexicano depositan en el Estado

las responsabilidades de la información, la cual se ha convertido en un instrumento adicional de control. La base para esta definición es sencilla, pues se argumenta que ciertas informaciones ponen en peligro las soluciones políticas "trabajosamente buscadas" y que "la seguridad nacional se ve amenazada en numerosas ocasiones por comentarios irresponsables".

Sin embargo, la realidad prevalenciente, en el derecho a la información y la libertad de expresión hace reflexionar, sobre si son los lectores, radioyentes y televidentes, los verdaderos propietarios de la información que reciben o esta propiedad está siendo administrada por otros.

Cuando se alude al receptor, no se le define como persona; ni se trata de exaltar su individualidad y poner a salvo sus intereses vitales, sino que se le aborda como mero poste de recepción de símbolos y mensajes. No se incluye en tal definición al factor social, tan solo se miran grandes masas humanas, objeto de influencias y afectaciones a través de la información. Menos aún se alude al interés público y social, que legalmente existe sobre las operaciones de difusión masiva, sujetas a la previa concesión y permiso por parte del Estado.

El emisor en una sociedad dependiente como la nuestra, puede definir se con las siguientes características: Heterogéneo; no puede manifestar sus exigencias; sufre presiones de los medios de difusión sin saberlo; asume usualmente una posición pasiva en el proceso de difusión masiva; carece de cualquier tipo de control sobre los medios de difusión y sus mensajes; no tiene poder económico ni político para influir en la orientación de mensajes y formas de operación de estos instrumentos.

El receptor de los medios de masas es por definición, heterogéneo, formado como está por individuos de distintas clases sociales, niveles de conocimiento, edades, ocupaciones y procedencias diferentes; pero la masa es algo más que la simple suma de individuos aislados y anónimos. Cada uno de ellos se mueve dentro de una estructura que implica múltiples relaciones y dependencias. Dicho de otro modo, la

exposición a los medios de difusión no puede separar sino transitoriamente al individuo de las condiciones de su existencia social, - de la red de grupos primarios y secundarios que le rodean e influyen en sus opiniones y actitudes. Por lo mismo, el receptor reacciona ante la información masiva de una manera que no es meramente "individual" sino social. Aunque el primer impacto le llega directamente a él, ya tiene de antemano una ubicación en la sociedad y - un personal sistema de valores, determinados intereses y aspiraciones, un cierto nivel de conocimientos y de autoconciencia, también producto de su existencia social.

De ahí que lo importante de una política en materia de información y educación a través de los medios de masas, parta de cada circunstancia concreta. Conocer al público es uno de los principios básicos de toda educación y comunicación eficaces, y para ello no basta con recurrir a métodos de investigación científica, sino convivir - con los grupos sociales y obtener los perfiles necesarios para planificar sistemas de operación y contenidos.

Sin embargo, es aún más importante plantear la posibilidad de transmitir significados que ayuden a transformar la realidad y ésta posibilidad aparece limitada no sólo por el alcance y efecto de los medios disponibles y las técnicas de su uso, sino por la posesión de los instrumentos masivos. Esta última condición es la que excluye a las grandes masas de un papel activo en la información y también en la educación. La carencia de medios es un elemento que permite que las clases marginadas estén a merced de clase dominante y de -- sus valores ideológicos.

Es en esta cuestión, donde entra realmente en juego la libertad de expresión, el derecho a la información y a la educación y en donde el Estado Mexicano se ha inclinado por los intereses particulares que se encuentran en contradicción con el interés general. Estos - derechos se han vuelto propiedad privada, reservada solamente a --- unos cuantos, a los que pueden ejercerla porque se han apoderado de los medios sociales a través de los cuales podría ejercerse una libertad general de expresión.

Es el poder público, con un sustento social, quien puede hacer prevalecer el ejercicio del derecho social sobre cualquier interés particular que a él se oponga. Este factor comprende otro elemento, el de la organización social, pues para lograr una acción solidaria y coherente de toda la sociedad, es preciso movilizarla, es decir, suscitar el análisis activo de las necesidades y problemas comunes de los diversos sectores de la sociedad, para que también, de forma común los solucionen.

Es importante aclarar, que ningún país del mundo ha encontrado una solución satisfactoria, democrática a los problemas de la difusión masiva. Dicha democratización, a expresarse en una auténtica política de comunicación social, se entiende como la concurrencia de tres procesos simultáneos: la democratización de la sociedad en su conjunto; la integración de organizaciones democráticas a la planeación y realización de los contenidos de la comunicación social; y la transformación democrática de las estructuras de operación de los medios con los que dispone la sociedad.

Es verdad que debe existir necesariamente y de manera constante canales de información de Estado, pero no por ello deben ser los únicos y permanentes, sólo necesitan ser claros, breves y concretos. Al referirse a este problema, Gustavo Esteva agrega que, la información de Estado debe "Suscitar el análisis y la participación, por lo que no puede concebirse como una presencia del gobernante que implique una ausencia del gobernado." (1)

Uno de los problemas con los que se enfrenta el Estado mexicano al respecto, se deriva de la falta de planeación, aspecto que se refleja en la centralización, burocratización, incoherencia, desperdicio y corrupción en el manejo de los medios de difusión por parte del Estado.

Sin embargo, es oportuno aclarar que el control del Estado sobre su información, la cual debe existir como una obligación pública, nada tiene que ver con el control del Estado sobre la comunicación e información que se genera en la sociedad. Lejos de obstaculizar toda forma de comunicación, información y educación, el control público -

debería propiciarla y estimularla para que todos los ciudadanos puedan ejercer en condiciones semejantes el ejercicio de una capacidad de expresión general.

La gestión gubernamental debe concentrarse por una parte, en la información relativa a los asuntos públicos, al interés general y participar en términos pertinentes y significativos para sus propósitos y motivos, pero por otra parte, también tiene la responsabilidad de establecer la definición de las propiedades sociales, como es el caso de las operaciones del sistema de difusión masiva, que conlleva la necesidad de la regulación legal y administrativa, para mantener la operación de los medios en correspondencia con las necesidades sociales de participación y expresión, haciendo uso de las facultades que la ley otorga al Estado en esta materia, o proponiendo reformas legislativas que los faculten para cumplir esta función. Para la vigencia cabal de estos derechos, es preciso contar con marcos, normas e instituciones que los aseguren; el propio Estado necesita organizar sus propias actividades en materia de comunicación, información y educación en forma congruente, pues es de todos conocido que los tiempos a los que el Estado tiene derecho en los medios de difusión no se utilizan en su cabal proporción, ni son asimilados por el público, y si se deja de percibir para el erario nacional cuantiosos capitales que se debieran cubrir por concepto del 25% de pago por concesiones federales otorgadas.

La importancia del análisis del orden jurídico radica en su naturaleza estratégica como instrumento del Estado para regular la actividad en las áreas de comunicación, información y educación. Miguel Angel Granados Chapa subraya este aspecto afirmando que "La legalidad, con todos sus huecos, con todas sus deficiencias, puede ser utilizada, de hecho es utilizada y tendrá que seguir siéndolo para legitimar la comunicación colectiva." (2)

La presencia dinámica del Estado con relación a esta área, es una condición indispensable para el desarrollo armónico de la actividad, la cual implica la necesidad de utilizar las atribuciones para legislar que le confiere el sistema político mexicano.

La formulación de políticas y estrategias para incorporar los medios de difusión al proyecto nacional sólo puede ser posible mediante una reglamentación adecuada y ello implica la planeación, coordinación y análisis de la actividad del legislador, el administrador, el ingeniero en comunicaciones, el comunicador y las necesidades particulares de la sociedad.

Mientras el artículo 6° consagra una libertad de expresión amplia y sólo limitable por lo moral, el orden público, provocación al delito o lesión de derechos de terceros, y se legitima al particular para defender dicha libertad por la vía del amparo. Las disposiciones de la Ley Federal de Radio y Televisión vienen a limitar el ejercicio del mismo derecho de expresión por la radio y la televisión a la previa concesión.

Es frente a esta realidad que el Estado surge como la única vía efectiva para salvaguardar un derecho fundamental y ampliar sus bases de sustentación y procurar el acceso de organizaciones democráticas, para que este derecho se manifieste como capacidad social de expresión en la que concurren voluntades individuales bajo una forma orgánica de expresión.

Por otra parte, cuando se habla del derecho a la información, se alude a una necesidad vital para la sociedad, la cual no sólo queda satisfecha con la información que brinda el Estado a través de sus órganos de difusión, sino al análisis y crítica que de las medidas tomadas por el Estado haga la sociedad en su conjunto.

Al mismo tiempo, el artículo 3° constitucional establece que la educación que imparta la federación, los estados y los municipios, tendrán a desarrollar armónicamente todas las facultades del ser humano y fomentará en él, a la vez, el amor a la patria y la conciencia de la solidaridad internacional en la independencia y en la justicia.

En el marco jurídico, además, existen otras leyes y reglamentos que definen la función social y educativa de los medios de difusión. La Ley Federal de Radio y Televisión, publicada en 1960, señala en su

artículo 5° que los medios de difusión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional, el mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto, a través de sus transmisiones procurarán: Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares; evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud; contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo; conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y exaltar los valores de la nacionalidad mexicana; fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales. (3)

Por su parte, el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión de 1973 señala en su artículo primero que corresponde al Estado proteger y vigilar el cumplimiento de las funciones sociales de la radio y la televisión y en su artículo 2° se establece que estos medios deben constituir vehículos de integración nacional y de enaltecimiento de la vida en común, a través de sus actividades culturales, de recreación y fomento económico. En el artículo 3° se apunta que estos medios orientarán preferentemente sus actividades a la ampliación de la educación popular, la difusión de la cultura, la extensión de los conocimientos, la propalación de las ideas que fortalezcan nuestros principios y tradiciones; el estímulo a nuestra capacidad para el progreso; a la facultad creadora del mexicano para las artes y el análisis de los asuntos del país, desde un punto de vista objetivo, a través de orientaciones adecuadas que afirmen la unidad nacional.

Referente al aspecto informativo, el artículo 4° del reglamento citado, señala que la función informativa constituye una actividad específica de la radio y la televisión, tendiente a orientar a la comunidad, en forma veraz y oportuna. Por su parte, el artículo 5° apunta que los programas recreativos procurarán un sano entretenimiento que afirme los valores nacionales, no sean contrarios a las buenas costumbres, eviten la corrupción del lenguaje y atiendan al propósito de ennoblecer los gustos del auditorio. (40)

Pero si todas estas disposiciones no bastaran para que el Estado mexicano tomara medidas pertinentes para transformar la realidad actual de los medios de difusión, quedan aún dos artículos, por medio de los cuales, sin más atribuciones que las que la Constitución le confiere pueda emprender una política de democratización de la radio; se trata de las disposiciones contenidas en los artículos 27° y 42°, mediante los cuales se establece que el espacio situado sobre el territorio nacional corresponde originalmente a la nación, la cual tiene el derecho de transmitir el dominio de este a los particulares y el cual podrá expropiarse por causa de utilidad pública.

Como quedó apuntado en el capítulo III, en el modo de producción capitalista, el factor que determina prioritariamente la función ideológica que desempeñan los aparatos de difusión de masas, es su propiedad jurídica, pues a través de ella el propietario obtiene el derecho de usar y disponer ampliamente de los medios, según sean sus intereses y necesidades de existencia. Mediante el gobierno legal que se ejerce sobre el medio, el dueño obtiene la facultad de orientar su función cultural hacia el fortalecimiento y la reproducción de sus intereses económicos, políticos y culturales, que generalmente coinciden con los de la clase en el poder, y esta relación es la que lleva a los medios a quedar determinados por la dependencia de los intereses que conforman el estrato en el poder.

De esta forma, por el sistema de concesiones y el alto costo de compra del tiempo de transmisión en los medios de difusión, los sectores populares no tienen posibilidades para intervenir en la orientación de la producción y transmisión que efectúan los medios y con ello la dirección social fundamentalmente queda en manos de las fracciones dominantes.

En este contexto, es el Estado, en función de intereses varios, --- quien puede permitir o no el financiamiento del sistema de difusión masiva por la publicidad, y puede también permitir dicho financiamiento sin entregar el sistema a la clase empresarial. La decisión dependerá de las diversas presiones que se ejerzan para permitir la entrada del capital y que las agrupaciones sociales y los partidos políticos y los sectores que conforman la sociedad presionen y lu--

chen por transformar el sistema de operación bajo la cual funcionan actualmente estos aparatos.

La modalidad de financiamiento que puede adoptarse, es el gasto social del sector público en este sector, como lo hace en varios rubros de la economía, pero sin perjuicio de alterar la garantía de pluralidad de diversas fuerzas sociales en el acceso a los medios de difusión y su independencia con respecto al Estado.

Al mismo tiempo, al romper el exclusivismo de la clase dominante en la dirección social de la difusión masiva, se plantea la interrogante de a quién entregar los medios de difusión para su manejo.

Para cambiar la situación de los medios, no basta abrir las puertas de los estudios y ponerlos a disposición del primero que llegue. -- Previamente hay que recuperar no sólo las concesiones, sino las instalaciones técnicas y redefinir su función social, su contenido y su forma de operación. Puesto que la información y la educación -- son formas de poder político, de dirección social, su ejercicio no puede residir sino en representantes del pueblo, y no en los monopolios dueños actuales de los medios de difusión.

La propiedad social de los medios de difusión por todo el pueblo y el uso social que de estos se haga, plantea la necesidad de una política coordinada de información, en consonancia con los objetivos económicos, políticos, sociales y culturales planteados en la sociedad. Esta interrelación y planificación de la política de información deberá adaptarse a los fines del desarrollo nacional, tal como ocurre, por ejemplo, con la política educativa y con la misma política económica.

El tránsito de formas mercantiles de operación de los aparatos de masas a formas auténticamente populares, no es en ningún caso un acto pacífico; se produce después de una abierta lucha de clases, por la propiedad de los medios, que se da simultáneamente en los frentes económico, político e ideológico, donde después de varios esfuerzos los sectores progresistas logran hacer prevalecer los nuevos valores que representan y que contemplan la participación de organizaciones

populares en la emisión de los mensajes.

En este sentido, es importante mencionar que se deberá poner especial énfasis en los mecanismos de vigilancia, para que éstos impidan el uso manipulador, autoritario o desordenado de los aparatos de masas, en cuya operación sólo deberán participar los individuos y las organizaciones que hayan logrado identificar sus intereses -- particulares con el interés general y que reflejen la pluralidad de la sociedad.

De esta forma, se tratará de propiciar la igualdad de oportunidades en el terreno educativo, de capacitación y cultura; ofrecer a la población alternativas para mejorar su alimentación, salud física y mental y aprovechamiento del tiempo libre; promover y fortalecer la unidad y reafirmar los valores e identidad nacionales; y propiciar el desarrollo de expresiones regionales, producto de hábitos, tradiciones y necesidades locales.

El objetivo de ensanchar las libertades y los derechos del hombre, -- implica un papel activo por parte del Estado, para conciliar la propiedad privada de algunos medios de difusión con el carácter eminentemente social de ésta; implica el reconocimiento de respetar el -- pluralismo ideológico; opiniones y convicciones; es un instrumento de liberación y una prolongación lógica del derecho que a la educación tenemos todos los mexicanos.

Las políticas en materia de información y educación no se inventan e improvisan, sino se definen a partir de un análisis de los elementos que las constituyen, y a partir de la identificación de necesidades y problemas se establecen las normas, pautas, criterios, preceptos y principios que regirán las actividades de comunicación social.

En este sentido, al igual que es definida la necesidad de que el Estado posea canales para dar a conocer sus planes, programas y resultados de sus políticas en diversos sectores, es necesario que como parte del sistema educativo, existan también medios de difusión especialmente diseñados para reforzar la enseñanza que se imparte -

en las escuelas y que en circunstancias especiales puede constituirse en un verdadero substituto de la educación. Para llevar a cabo este proyecto, será necesario también, regionalizar contenidos de acuerdo a las necesidades e idiosincrasia de cada región del país, y para ello se recurrirá otra vez a la vía legal y normativa a través de la cual quede establecida la función educativa de los medios de difusión.

Finalmente, el tercer receptor potencial será el público, representado por organizaciones sociales concretas: partidos políticos, sindicatos, asociaciones profesionales, cooperativas, comunidades agrarias, sociedades civiles, instituciones educativas, etc. Esto permitirá evitar el peligro de expresión anárquica y sin objetivos y permitirá un proceso multilateral de circulación de información, -- que vaya no solamente de los dirigentes al pueblo, sino también de éstos a aquellos.

Los tres emisores propuestos, deberán de facilitar el acceso público a los medios y propiciar cauces de retroalimentación y la comunicación interpersonal, la cual permite verdaderamente la retroalimentación; objetivo que puede cumplirse mediante el empleo combinado de medios y grupos de debate, como ocurre en las tribunas radiofónicas.

Para dar a la comunicación su lugar en la planeación económica nacional y para ensamblar los diversos elementos del sistema de comunicación social, puede crearse un organismo encargado de la planificación de la comunicación, el cual no sólo se ocupará de la infraestructura de las telecomunicaciones, sino de brindar apoyo y asesoría a los estados, que serán los encargados de administrar sus propios canales de expresión y otorgarlos a quien la comunidad considere pertinente.

Dicho organismo, será independiente del sector público y sus miembros podrían ser elegidos de los representantes de las emisoras de cada estado.

Aunque hasta aquí se ha mencionado a los medios en su conjunto, esto

se debe a que todos padecen de los mismos problemas de centralismo y comercialización y todos deben ser considerados para una verdadera política en materia de comunicación, pues ninguno puede ser subestimado. El que se haya propuesto a la radio, sólo alude a sus ventajas sobre los medios de difusión masiva en cuanto a financiamiento y a cualidades que se analizarán más adelante.

Sin embargo, debe quedar anotado que una planeación en materia de comunicación social, debe contemplar la edición de libros, prensa, publicaciones periódicas, impresión, desarrollo y utilización de la radio y la televisión, producción y distribución de películas, políticas culturales y de medios de comunicación social, estudio y aplicación de nuevas tecnologías, recursos humanos y formación de estos sobre investigación y producción.

La coordinación de estas actividades puede estar descentralizada en organizaciones y servicios regionales y locales, así las transformaciones sociales serán producto de la participación de la comunidad en el proceso de adopción de las decisiones.

La utilización de las redes nacionales de información exigen una -- adecuada preparación de sus contenidos, ya que de ellos dependerá -- la visión que de las diversas regiones del país tengan sus habitantes, por lo que tendrán que supervisarse los procesos de distribución de los mensajes, la cual comprende los procesos de producción, difusión y recepción, con el objeto de evaluar los lenguajes, los métodos y medios utilizados, para conocer y evaluar las dimensiones de la audiencia, las características de esta, las condiciones de recepción y los efectos y consecuencias de esta recepción.

Para cumplir estos objetivos, como subraya Gustavo Esteva, "se requiere identificar, conocer, clasificar, ordenar y sistematizar los problemas y necesidades de la comunicación social en México; sólo -- así el sistema podrá determinar objetivos y el plazo para su cumplimiento". (5)

Será necesario también, analizar la proporción de los recursos con los que se cuenta en relación con las necesidades de la población

y estudiar las características de esa población desde diversos puntos de vista (demográficos, geográficos, lingüísticos, educativos y culturales; niveles de conciencia política y social) ya que las características políticas, económicas y sociales actúan como condicionantes propiciando coyunturas que exigen la actualización de las políticas de comunicación, sobre todo en la jerarquización de prioridades.

El análisis del polo emisor nos orienta hacia la intencionalidad - que es la que define el proceso. Identificar quienes serán, como se organizarán y de qué manera trabajarán. La intencionalidad se manifestará en los mensajes, en la selección de la temática en la combinación de formas y factores que intervienen en los lenguajes - específicos de los medios, del análisis de esta fase se obtienen -- conceptos y formas propuestas en los mensajes que permiten comprobar la manera en que se materializa la intencionalidad del emisor y la única forma de comprobar la influencia de los mensajes es analizado estas formas para saber si la comunidad los acepta y los busca.

En todo caso, se deberá de respetar a cada individuo y grupo social antes que intentar imponerles concepciones y soluciones a sus problemas. Se trata de que los propios interesados no queden fuera de las decisiones; pues no pueden ser objeto de acciones que otros ejercen.

Generalmente, cuando se tiende a cuantificar sólo interesan las cantidades, quienes pasaron por un programa, cuántos, pero no cómo pasaron, Daniel Prieto Castillo agrega al respecto, que "importa la cantidad de folletos o textos distribuidos, pero no qué hizo la comunidad con ellos; importa la cantidad de alumnos inscritos no así - qué tanto aprendieron o que tanto aplican lo aprendido para la --- transformación de la realidad de la cual forman parte." [6]

Es verdad que las cuantificaciones pueden aportar datos válidos --- cuando se trata de grupos que comparten ciertas características, como las urbes, pues de alguna forma comparten y aprenden a percibir una misma realidad y comparten los mismos problemas y expectativas, pero ocurre que en nuestro país la población no es homogénea,-

por su dispersión geográfica y por las diferencias sociales existentes en lo económico, cultural y educativo, por lo que resulta difícil obtener resultados significativos de métodos puramente cuantitativos. El autor arriba citado, afirma que hay que trabajar pacientemente con la población, analizar sus problemas, sus formas de percibir y evaluar la realidad, por lo cual habrá que olvidar la improvisación y los resultados inmediatos.

Por otra parte, las personas encargadas de elaborar los mensajes, - los comunicadores, deberán estar atentos a las transformaciones que se producen en la conciencia de las masas, su trabajo ha de ser --- constante y sistemático, perfeccionándose constantemente, al mismo tiempo de mantenerse siempre en contacto con la comunidad para la - cual trabajan, para dar a conocer sus puntos de vista, sus peticiones, sus sugerencias y críticas sobre cualquier aspecto de la vida social, pues la cultura, la información y la educación es la forma como un pueblo percibe y organiza el mundo que lo rodea.

Por estos motivos, también se tratará de buscar la regionalización de las radioemisoras y todos los canales de expresión con alcance rural para diseñar programaciones vinculadas directamente con la vida campesina. .

Retomando el problema de los participantes directos en la producción de los mensajes, no puede olvidarse que estos desarrollarán una labor muy importante para unir los objetivos de artistas y escritores con los de las masas y los públicos específicos para los - cuales trabajan; para proceder así habrá que aprender el lenguaje bajo el cual se expresan estos. Lenin al analizar el papel del arte, la literatura y la prensa en la sociedad define que "los artistas y escritores tienen que estudiar a la sociedad, es decir, las - diversas clases de la sociedad, sus mutuas relaciones y sus respectivas condiciones, así como la fisonomía y la psicología que les -- son propias". (7)

En lo fundamental, la tarea de los comunicadores consiste en trabajar para las masas y en investigar cómo trabajar para ellas, comprenderlas, describirlas y entablar amistad con ellas, de aquí que

el problema de a quién, sea fundamental y de principio y resuelta-- esta cuestión, surgirá el problema de cómo servir las.

El deber de aprender de la comunidad, viene antes que la tarea de educarla, pues sólo partiendo de ella se puede adquirir una comprensión acertada de las necesidades que hay que satisfacer. La popularización y la cultura no pueden ser separadas, en el contexto de cada sociedad en particular, la cultura pertenece a la población que la genera y sigue lineamientos definidos, no puede existir una cultura por encima de los grupos que conforman una sociedad. Mao Tse-Tung afirma acertadamente que, "Un trabajador de la cultura que no se acerque al pueblo es simplemente un general sin ejército" (8)

Como apunta Máximo Simpson, el planteamiento de alternativas no "se da sólo mediante la simple y mecánica nacionalización de los medios informativos, sus fuentes alimentadoras y sus programas, pues la -- concepción del valor noticioso que domina actualmente esta impregnada y conformada por un concepto mercantil e industrial de la noticia. Es necesaria entonces una labor prolongada y conjunta de los responsables del quehacer informativo; en los niveles empírico y -- teórico y que se empeñe en la consecución de un Nuevo Orden en la - Información." (9)

Es por ello, que aparte de exigir la abolición del monopolio de la administración de las formas de expresión y de la creación de un organismo de control social sobre estos medios, que incluya a representantes del gobierno, de los partidos políticos, de los sindicatos, de las organizaciones sociales, de los intelectuales y de los empleados de los medios, se exigirá la creación de agencias de información y de todos los instrumentos que intervengan en la autonomía e independencia del manejo de éstos.

Los enfoques del receptor homogéneo y uniforme han obstaculizado -- los proyectos de información, no se puede cometer el mismo error, - quienes están encargados de elaborar mensajes de orientación y educación ejecutarán prácticas cotidianas de lectura e interpretación de los mensajes que elaboran, y realizarán estudios y evaluaciones -- sobre las formas de lectura de la población según las relaciones so

ciales en las que está inserto cada grupo social.

Como afirma Daniel Prieto Castillo, "una investigación participativa dará lugar a soluciones participativas... Si una comunidad descubre que una parte de la solución de sus problemas proviene de su propia reflexión y esfuerzo, su adhesión tiende a concretarse en la participación". (10)

Aunque el propósito de la transmisión sea cultural y educativa, la elección y selección del mensaje y la difusión del mismo seguirán siendo emanación de una parte de la sociedad, por ello es preciso incorporar al sujeto social en la actividad cultural de difusión.

Los resultados de un eficaz sistema de comunicación social dependerá en gran medida del personal que lo dirija. De ahí que la formación en una amplia gama de especialidades en comunicación debe llevarse a cabo en todos los centros educativos que imparten la especialidad en comunicación, pues actualmente se desconoce en estos centros el desarrollo de la comunicación alternativa. De hecho, es necesario preparar y formar un nuevo personal especializado en la educación y la comunicación participativas, y en la planificación y evaluación de los sistemas de comunicación, pues en una comunidad no sólo inciden los medios de difusión de masas; existe una gran cantidad de mensajes y de relaciones a cargo de diferentes instituciones y cada una tiene determinada intencionalidad.

La única posibilidad de captar estas intencionalidades es integrarse a ellas y a sus actividades para conocer sus formas de establecer la comunicación. El comunicador es un mediador profesional y como parte de su tarea se encuentra ubicado en medio del proceso de la comunicación, dinamizando el diálogo interno de una sociedad. Los comunicadores no pueden ser neutrales pues no pueden limitarse a reflejar la realidad, sino actuar sobre ella contribuyendo a transformarla.

Medio y Mensaje

Cada medio cumple dentro de la sociedad una tarea típica y distinta.

La radio proporciona avances noticiosos, la televisión imágenes de la escena y de los protagonistas, el diario, con más tiempo y serenidad, advierte antecedentes y consecuencias, pero en general los instrumentos de masas participan en la creación de la conciencia nacional. Es por ello, que los esfuerzos a través de un sólo medio resultan un tanto estériles, ya que la competencia de los otros hace reducir el alcance del mensaje.

Un mensaje educativo y participativo, debe verse reforzado por varios medios, lo que puede asegurar que el público conozca el mensaje. Asistimos actualmente a un cierto menosprecio de las posibilidades que ofrecen sistemas de expresión baratos y todo se quiere dejar en manos de tecnologías complejas que a menudo resultan demasiado caras. Se olvida con frecuencia que en una comunidad lo primero que hay que detectar son los medios de comunicación y difusión que en ella operan, para después determinar qué mensajes de esos medios son frecuentados por la sociedad lo que nos permitirá reunir una frecuencia de uso de medios y mensajes.

Los medios de difusión deben ser valorados y analizados todos los elementos que los integran y la forma en la que los receptores se relacionan con ellos, pues es distinta la forma en la que una comunidad se relaciona con un diario que con una emisora. El análisis de las características de cada medio implica el estudio detallado de los tipos de mensajes que corresponden a cada uno de ellos. Daniel Prieto Castillo ejemplifica esta realidad con los medios impresos y el mensaje radial, en donde, como él apunta, la reiteración del mensaje puede resultar contraproducente en el medio impreso, no así en el mensaje radial, donde la reiteración es necesaria por la fugacidad del medio. De ahí que sea considerado como poco eficaz el elaborar un mismo mensaje para varios medios con un mismo lenguaje, -- pues no hay que trabajar con ellos como si no existieran diferencias. (11)

Lo que caracteriza a los medios de difusión de masas es su capacidad para transmitir un mensaje a miles de personas y es lo que los hace apetecibles a los ojos del poder. Pero no se trata de difundir el mismo mensaje a todos, sino de seleccionar el medio y de --

adoptar el lenguaje adecuado a cada situación y sólo a partir de un diagnóstico se podrá planear.

Los periódicos, por ejemplo, se limitan a los centros urbanos, requieren una constante inversión y un público que sepa leer y escribir, aunque los costos se pueden reducir si se producen periódicos mimeografiados, muy simples y que atiendan a un público local. El periódico hoy en día se ha constituido como el mejor vehículo de explicación de los hechos, y parece estar reservado de manera cada vez más evidente a la conducción de la opinión.

Con relación al cine, este a la vez que es un medio de expresión artística es un medio de expresión que desempeña un papel primordialmente recreativo. Este puede enriquecer los recursos culturales de un país y repercutir en la utilización del tiempo libre, pero actualmente la producción de películas se ha constituido como una técnica compleja que requiere grandes inversiones en equipo técnico y humano y lo mismo ocurre con la televisión, pues mientras no se reduzcan los costos, existen más riesgos de penetración cultural foránea.

La radio por su parte, puede recuperar algunos de los espacios perdidos en materia de géneros dramáticos e informativos. Su valor social viene determinado tanto por su rapidez informativa, su bajo costo, tanto de mantenimiento como el que representa para el receptor y su especial posición en el hogar. Por otro lado, la radio llega a todas partes y cubre áreas apartadas, lo que le da cierta preeminencia sobre los demás medios de masas.

Es cierto que la radio no puede abarcarlo todo, pero es también verdad que casi no están explotadas las amplias posibilidades que tiene el medio para la educación, la información y el entretenimiento.

La radio es un medio casi personal, que permite cierta intimidad con el oyente, pues la voz que sale por el aparato receptor parece que estuviera junto a él. Rudolf Arnheim comenta que "sólo cuando la televisión vino a completar, por medio de la imagen, el arte auditivo, perdiéndose la virtud, tan elogiada de la ceguera, las be-

llas posibilidades que ofrecen las imágenes en movimiento impidieron que el diálogo alcanzase su más amplio desarrollo." (12)

La música y la palabra siguen perteneciendo al dominio de la radio y además permite al radioyente dejar vagar su imaginación hasta donde él desea, pues el sonido no se encuentra unido a un lugar determinado de una imagen, sigue al oyente hasta donde éste se dirige, lo cual le permite realizar diversas actividades.

La radio permite pasar sin dificultad de una escena a otra, de un tema a otro y de una época a otra, no tiene límites con respecto al espacio y al tiempo. La explotación del lenguaje sonoro puede conducir a plasmar ideas, sueños, fantasías con gran capacidad expresiva y utilizando adecuadamente sus elementos descriptivos es capaz de presentar fielmente la realidad.

La palabra, la música y los efectos sonoros, constituyen el lenguaje de la radio. A través de estas formas auditivas percibimos la actividad de los seres vivos y las cosas, pues cuando algo se mueve emite algún sonido, el cual nos informa no sólo de la fuente que lo emite, sino también del lugar donde se halla dicha fuente. Su labor radica en desarrollar un mundo acústico para el oído.

Precisamente por que en la radio no existe nada visible, es necesario que quienes trabajan para ella conozcan las características de los elementos que la componen; tal es el caso de las voces y los instrumentos y sus caracteres expresivos, la musicalidad del lenguaje y de todo lo sonoro.

La radio es un medio difícil de manejar por la multitud de factores que intervienen en la composición de un mensaje, por ejemplo, como describe Rudolf Arnheim, en un radiodrama no es necesario representar el furor del viento sólo porque sopla el viento, sino que siguiendo las "más sagradas tradiciones escénicas" puede aprovecharse el efecto para proporcionar mayor inquietud al argumento. Otro ejemplo que cita el autor, es el manejo de las voces, las cuales deben diferenciarse para no causar confusión en el auditorio y definir acústicamente su finalidad y procedencia. (13)

Existen varios medios creativos en la radio, además de los caracteres expresivos. Para el trabajo radiofónico también no sólo importa qué es lo que suena, sino desde dónde y cómo suena. Es decir, - el lugar del que procede el sonido, la distancia y el espacio; el hecho de que algo suene cerca o lejos no sólo permite al oyente distinguir el lugar de la escena en donde se produce la acción, sino - que además puede poseer más o menos fuerza expresiva.

En relación al aspecto informativo, la radio posee características como la inmediatez, la instantaneidad y la rapidez, aspectos que contribuyen a hacer de la radio el medio más eficaz al servicio de la transmisión de noticias.

Los mensajes radiales pueden ser entendidos por un público muy diversificado, al no exigir un conocimiento especializado para la descodificación y la recepción del mensaje, y aunque la falta de percepción visual constituye uno de sus principales problemas, este inconveniente puede ser substituido por la capacidad de sugestión que se puede ejercer en el receptor, haciendo que éste cree mentalmente la imagen visual transmitida por la imagen acústica.

Otra característica que influye en el lenguaje radiofónico, es el condicionamiento temporal que sufre la descodificación, lo que determina la fugacidad del medio, al no poder retenerse el mensaje. Sin embargo, existen recursos de eficacia que pueden corregir estas características del medio.

Entre estas se encuentran la claridad técnica y enunciativa. Emilio Prado las define de la siguiente manera: "La claridad técnica - la determina una transmisión adecuada, sin ruidos en el proceso y con una combinación acertada de los recursos expresivos del medio. - La claridad enunciativa tiene a su vez dos aspectos: el de redacción y el de locución." [14]

La locución en el terreno informativo, debe ser responsabilidad de la misma persona que elabora los textos, terminando así, con la expresión fría e impersonal de los locutores "lector de textos", lo cual ha provocado un distanciamiento con el receptor en vez de acer-

carlo a los acontecimientos y esta medida además puede reducir costos de operación de una estación de radio y se ganará credibilidad en la expresión.

Emilio Prado, al hablar sobre las particularidades del medio radiofónico apunta acertadamente que, "Los textos no se leen, se dicen", es así que el comunicador radiofónico debe sentarse ante el micrófono con la actitud de quien va a explicar algo al público, con un ritmo natural, ni demasiado aprisa para no causar tensión, ni demasiado lento para no provocar desinterés y somnolencia, el tono de información, de amigo, es sin duda el más eficaz.

Siguiendo el esquema planteado por Prado para el análisis del medio radiofónico en la información, se encontrará que la locución está determinada por cuatro variables importantes: la vocalización, la entonación, el ritmo y la actitud. (15)

Con respecto a la vocalización, habrá que tomar en cuenta que en la radio el receptor no puede ver al emisor, cuestión por la cual no cuenta con las ventajas de la comunicación interpersonal que acude a otros recursos expresivos como los gestos, por lo que una buena vocalización adquiere una relevancia vital, sobre todo si se toma en cuenta que el receptor tiene pocas oportunidades de pedir aclaraciones. Esta claridad en la vocalización requiere un esfuerzo en la pronunciación de todas las sílabas y en atribuir a cada letra su sonido exacto.

La entonación radiofónica debe diferenciarse de la que se adquiere en la lectura de textos en voz alta, el tono no debe ser constante, sino describir una curva variable como la que representa la expresión oral cotidiana.

Por lo que se refiere al ritmo, este juega un papel muy importante, dado de que de él depende en gran parte que el oyente pase del estado de oír al de escuchar. Como se apuntó anteriormente, el ritmo no puede ser constante, pues si fuera así se convertiría en monótono o agotador. Debe desplegarse una combinación de ritmos, la cual produzca las variaciones de la expresión oral, en función de la ---

fluidez de la ideas.

En cuanto a la actitud, hay que decir que de esta depende la atención del oyente ante el tema. Una actitud demasiado seca provoca distanciamiento y una demasiado risueña resta credibilidad al tema.

Otro factor de eficacia lo constituye la comprensibilidad del mensaje, en ella influye determinadamente el vocabulario utilizado, el cual debe ser asequible a todos los niveles que forman la audiencia para que la eficacia comunicativa sea máxima.

La audibilidad se constituye en otro elemento de eficacia, por lo que habrá que hacer un esfuerzo para atraer la atención del radioyente disponiendo el mensaje y su conjunto de forma que no sea absorbente, sino que conceda espacios de relajamiento y reflexión, que permitan pasar del estado de oír al de escuchar y viceversa, sin que por ello se pierdan elementos de comprensión del mensaje.

El papel de la radio como medio informativo no puede quedar materializado en los resúmenes de noticias o en las pléyoras de treinta segundos, pues como medio informativo puede jugar un papel mucho más importante. Además de transmitir lo más rápidamente posible los acontecimientos actuales, puede aumentar la comprensión de los hechos a través de la explicación, la interpretación y el análisis.

Actualmente se han olvidado en la radio los géneros del reportaje, la entrevista, la mesa redonda, las transmisiones desde el lugar de los hechos, el debate, el documental, en donde se presentan varios aspectos de un tema para su mayor comprensión.

Por todo lo anteriormente expuesto, el comunicador debe dar un giro radical en su mentalidad al trabajar para el medio radiofónico. Para emprender una tarea de información y transformación de nuestra realidad, es preciso partir de una crítica sistemática del mundo por transformar. Se trata de descubrir nuestra realidad para transformarla en función de nuestras necesidades.

Las formas expresivas de la radio no sólo tienen validez para obras con verdadero sentido artístico y para las emisiones informativas, - del mismo modo en que se trata de hacer atractivas estas emisiones, - se debe emplear el mismo medio creativo para el programa fundamentalmente educativo, para que resulte claro, provechoso y efectivo, - sino resultará confuso, aburrido y desagradable.

Los contenidos de la radio deben estar incorporados mediante objetivos bien definidos ya sea a planes de educación, de cultura, de --- orientación política, para que sean útiles a todos los niveles y al mismo tiempo, estar ligados al entretenimiento que recupere todas -- nuestras manifestaciones culturales.

El mensaje que ha de transmitirse a través de los medios, mira tanto los aspectos de desarrollo intrínseco del hombre, a su realización - plena con ayuda de la educación y la cultura, cuanto los aspectos de desarrollo integral de la sociedad. La información en cuanto contenido vital de la comunicación es esencial para la sociabilidad del hombre. En consecuencia el contenido del mensaje, puede ser definido como el conjunto de elementos que son indispensables y en virtud de los cuales el hombre como individuo y como componente social, se autorealiza de manera racional y armónica. Al hombre le es inherente su capacidad para generar y recibir la información indispensable para su cabal autorealización, como persona y como parte de la colectividad.

La comunicación recreativa no tiene por que ser trivial, puede satisfacer al mismo tiempo necesidades educativas, informativas, culturales o sociales serias, como fomentar la reflexión y conformar posturas críticas, vinculando a la población con la problemática nacional; hacer conciencia entre los grupos sobre sus derechos y responsabilidades para con la sociedad; fomentar la participación popular aplicada a la proposición de soluciones a problemas específicos y motivar la participación política y social en forma congruente respecto al - contexto específico de cada grupo; apoyar la descentralización y dar a conocer las características regionales en todo el país.

El mensaje de la radiodifusión alternativa buscará enriquecer la percepción, servir de expresión individual o grupal; incitará a la pre-

gunta, al diálogo, a la profundización; apuntará a la creatividad, a la elaboración grupal de los mensajes. El mensaje es la expresión de la manera en que alguien enfrenta la realidad; la selección del lenguaje y la conformación del mensaje tienen implícita una valoración, una tendencia que habrá que observar, e insertar a la población, de una manera activa para que critique y discuta este mensaje, pues como subraya Jorge Calvómontes, "el verbo no se dice simplemente, se hace, se manipula" (16)

Existen elementos de la comunicación persuasiva que pueden y deben ser rescatados y empleados para los mensajes alternativos, la cuestión es cambiar el objetivo y seleccionar los que pueden ser empleados, después de conocer al público para proponer algo nuevo. (17)

La determinación de estrategias es el elemento clave en el proceso de la planeación en materia de comunicación. Una de las formas que deberán adoptarse para el proceso de planeación considera los elementos siguientes: 1) El análisis social de cada situación en particular; 2) Formulación de metas; 3) Toma de decisiones; 4) Implementación de la política de comunicación y 5) Retroalimentación y evaluación.

El proceso se inicia en las raíces más profundas de la sociedad, en las masas trabajadoras, y debe permanecer unido al desarrollo del conjunto de las relaciones sociales y convertirlo en conductor y portavoz de sus intereses. El rasgo más importante y peculiar del proceso es su carácter popular. La divulgación del arte y la información entre las masas depende de las condiciones sociales que hagan factible el acceso del pueblo a ellas.

La unidad de lo estético, lo educativo y lo informativo, hace de los medios de difusión elementos singulares y poderosos para la educación integral del hombre, pues son ante todo, instrumentos de dirección social, al servicio de la clase que los posee. El objetivo del sistema de difusión de masas no será llegar al mayor número de individuos posible, con el máximo de efecto, sino también recoger todas las manifestaciones de la vida social cuya divulgación sea útil para la sociedad.

En tanto instrumentos, los medios de difusión no jugarán otro papel que el que quieran asignarles sus dueños; pueden ser medios al servicio de la manipulación o la liberación, elementos para unir a un pueblo o para desorganizarlo. Es la propiedad sobre el medio la que determina al servicio de quienes éste se coloca, a favor de que causa, de que valores, de qué clase social. Los medios de difusión llegarán a estar al servicio del progreso y la educación, cuando sea el pueblo a través de sus organizaciones, el que sea el dueño de ellos, cuando la propiedad sobre estos sea una propiedad social.

N O T A S

1. Esteva, Gustavo, El Estado y la Comunicación Ed. Nueva Polttica, 1979, p. 114
2. Gnanados Chapa, Miguel Angel, op. cit. p. 149
3. Ley Federal de Radio y Televisión Art. 5°
4. Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión. Arts. 1°, 2°, 3°, 4° y 5°.
5. Esteva Gustavo, "La polttica Nacional de Comunicación Social en México", en Poltticas y Sistemas Nacionales de Comunicación Social, Coordinación General de Comunicación Social, Presidencia de La República, 1981, No. 1, p. 107.
6. Prieto Castillo, Daniel, op. cit. p. 106
7. Lenin, Mao Tse-Tung, Arte, Literatura y Prensa, Ed. Grijalbo, - 1973, p. 18
8. Ibid. p. 96
9. Ibid. p. 96
10. Prieto Castillo, Daniel, op. cit. 93
11. Ibid. p. 127
12. Arnheim, Rudolf, Estética Radiofónica, Ed. Gustavo Gili, 1981, - p. 11
13. Ibid. p. 34

14. Prado, Emilio, Estructura de la Información Radiofónica, Ed. ATE, 1982, p. 15
15. Ibid. p. 18
16. Calvimontes, Jorge, "La Sociedad" en Seminario de Comunicación Social, UAM; 1983, p. 121
17. Lenin menciona al respecto, que no debemos negarnos a tomar posesión del legado de los antiguos y los extranjeros y aprender de tales ejemplos, sean ellos feudales o burgueses. Pero la recepción del legado y el aprendizaje a través de los ejemplos no deben jamás ocupar el lugar de la creación de nuestra propia obra, pues nada puede ocupar su lugar op. cit. p. 34
18. Schmucler, Héctor, "25 Años de Satélites Artificiales", en Comunicación y Cultura No. 8, UAM, 1981, p. 78

C O N C L U S I O N E S

Las condiciones de desarrollo del capitalismo en México; la forma de organización que adoptan las empresas radiofónicas; los términos en que hasta ahora el Estado Mexicano ordena su relación con los concesionarios, promoviendo este servicio entre los empresarios; ciertamente fundamentaron y favorecieron la expansión de las cadenas de emisoras comerciales. Sin embargo, el desarrollo de los intereses de los concesionarios se encuentra también apoyado por la línea que adopta en materia de política fiscal el Estado en esta actividad, pues la mayor parte del equipamiento que realizan los concesionarios está libre de impuestos por conceptos de importación, con lo cual el Estado Mexicano protege la rentabilidad de las empresas de radio y televisión.

El sector dirigente de la industria cultural, se encuentra estructuralmente ligado a la clase en el poder y al capital imperialista, lo que le ha permitido mantener un constante crecimiento y acumular grandes capitales, que han sido invertidos en otras ramas de la economía. La posición que estos han alcanzado los han convertido en un grupo de presión importante ante el Estado, cuando éste pretende tomar decisiones que afecten sus intereses.

Esbozado desde 1926 con el régimen de concesiones, en las Leyes de Vías Generales de Comunicación de 1931 y 1932 y en el Reglamento de 1933 queda establecido que en tanto empresa, la radiodifusión privada debe llevar a cabo una función económica que irá de acuerdo con las necesidades que experimente el capital en su desarrollo. En tanto medio político deberá servir a las necesidades a que se enfrenta el Estado Mexicano para llevar a cabo el ejercicio del poder.

Por otra parte desde la Ley de Radiocomunicaciones expedida por Calles, el Estado deja cerrados los canales de participación en este medio para la expresión política de la mayoría de los sectores sociales. En este sentido, los representantes de la indus-

tria de la radiodifusión siempre han presionado las medidas que sobre participación social ha querido instrumentar el Estado, obtenimiento para sí el derecho de elegir a quien prestar este servicio.

La historia del ordenamiento de la relación Estado-Radiodifusores privados, se constituye a partir de la historia del vínculo Estado-Capital, y de las modalidades que reviste la relación Estado-Sociedad Civil.

En los momentos políticos coyunturales, (aquellos en que el poder político institucionalizado requiere estructurar un consenso y fortalecer su base de apoyo social para salvar una crisis en lo que respecta a sus funciones directivas) la ideología cobra singular importancia en el programa de dominio del Estado y por consiguiente aumenta su participación como emisor en los medios más eficaces para difundirla.

El primer organismo estatal para coordinar y vigilar las actividades que se realizan en materia de difusión, nació con el régimen Cardenista. Hasta entonces el Estado Mexicano no había tenido un órgano encargado para controlar la información emitida por los medios de difusión y proporcionar informes sobre las actividades gubernamentales.

Esta política de Cárdenas en materia de difusión no intentó propiciar la participación popular en los medios disponibles, más bien estuvo instrumentada para que los diferentes sectores sociales vieran al Estado como el vocero de sus intereses. Esta política ha sido repetida constantemente por el Estado al crear canales oficiales, obteniendo con ello pobres resultados.

Por otra parte, los intentos del régimen Cardenista por utilizar la radio como vehículo educativo fueron muy débiles y el contenido de la programación de las emisoras comerciales no fue transformado ni cuestionado. Los gobiernos que precedieron al de Cárdenas, tampoco contemplaron un proyecto de difusión masiva que hiciera crecer los medios estatales, ya fuera para difundir sus

proyectos o para emplearlos con algún fin educativo; hasta mediados de la década de los setentas, el Estado contaba con un puñado de canales para difundir sus mensajes y sólo disponía en la radio y televisión privadas de tiempos indefinidos, sujetos a la negociación con los concesionarios.

Los movimientos ocurridos en la década de los sesentas, obligaron al Estado a convertirse en emisor activo, para lo cual no sólo consolidó sus lazos con los concesionarios, con el fin de que estos apoyaran sus políticas, sino, que esta década marca el inicio de la radio y televisión propiamente estatales, las cuales han ido proliferando conforme se vuelve más necesario para el Estado legitimar sus proyectos ante una sociedad que cada día crece menos en él.

Aunque estos proyectos han surgido como respuesta a necesidades político-ideológicas, la mayoría de estas radiodifusoras y televisoras contemplan espacios educativos y culturales, que si bien no satisfacen las necesidades de la población, son tiempos que se encuentran disponibles para ser aprovechados de manera local para organizaciones e instituciones de diversa índole para elaborar mensajes que satisfagan necesidades concretas de educación, capacitación y cultura.

La forma en que esas organizaciones e instituciones participaran en la producción de los mensajes, dependerá de su capacidad de organización y fuerza política para exigir este derecho, tarea difícil si pensamos que el poder de decisión sobre la manera de enfrentar los problemas de difusión masiva, ha quedado concentrada en la Secretaría encargada de guardar el orden interno en el país. Incluso los problemas de la educación y la cultura, cuya atención en rigor debería corresponder a la Secretaría de Educación Pública, están subordinados a la Secretaría de Gobernación, lo mismo que los planes de difusión de otras Secretarías de Estado, que para emitir un mensaje en los medios electrónicos, dependen de RTC, definiendo así la difusión masiva como un instrumento de control político.

En los proyectos del Estado nunca ha estado presente el intento de nacionalización de los medios de difusión o de ampliar la participación de otros sectores sociales en estos. El sexenio Lopezportillista marcó la participación de los partidos políticos en la radio y la televisión, acceso limitado que no contempló a las diversas fuerzas sociales e instituciones educativas y culturales, por ello el Estado se vio obligado a reconocer y garantizar el derecho a la información, sin embargo, a través de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, nuevamente facultó a la Secretaría de Gobernación para ejercer el control casi total de los medios de difusión; definiéndolos nuevamente como instancias políticas.

De esta forma, aunque la participación del Estado ha sido múltiple, no ha sido suficiente ni eficiente, pues la preocupación -- por el contenido de las emisiones siempre ha sido secundario en relación a los objetivos educativos y culturales. No ha existido un proyecto en nuestro país que contemple los aparatos de difusión como elementos coadyuvantes al desarrollo integral de la población, entendiéndolo como el proceso que permite integrar, redescubrir y transformar los diversos niveles de la realidad del individuo. Las emisiones culturales y educativas lo mismo han ensayado las clases de idiomas, que la transmisión de música culta y el sistema escolarizado de enseñanza.

La función estructural que se les ha asignado a los aparatos de difusión es la de tratar de acelerar el proceso de circulación del capital; El discurso publicitario que elaboran y transmiten los aparatos de difusión, intenta contribuir a reducir el tiempo de rotación del capital, procurando que la masa de mercancías -- elaboradas por la industria capitalista sean consumidas en el menor tiempo posible por la población.

Por otra parte, los medios de difusión privados son empresas rentables que contemplan el proceso de reproducción del capital y -- por sus características materiales y sociales se han convertido en instrumentos culturales importantes a través de los cuales -- las fracciones de la clase dominante tratan de obtener la reali-

zación de sus intereses ideológicos, por lo que dicho sector pretende constantemente el dominio de estos aparatos.

Por su parte, el Estado capitalista mexicano pretende el control de los medios, pues los considera indispensables para gobernar y mantener la dirección política de la sociedad. De ahí que definidos como instrumentos de organización y dirección de la sociedad, pueden ser utilizados para la concientización y ser transformados paulatinamente en instrumentos al servicio de las masas.

Los medios de difusión se encuentran estrechamente vinculados a los problemas de dirección social y a las relaciones de poder -- que se dan en el seno de la sociedad y más específicamente dentro del marco de la lucha de clases. Las fuerzas de oposición -- en nuestro país hasta ahora han sido incapaces de intervenir de manera trascendente en la determinación de los proyectos de difusión masiva, y apenas se están incluyendo en sus programas de acción.

Bajo las condiciones económicas actuales del país, los medios de difusión como vehículos educativos pueden constituirse en una alternativa eficaz para resolver nuestro rezago educativo. Los -- cambios que habrán de generarse para que exista un proyecto de -- esta naturaleza, incluyen los ámbitos legislativo, educativo, -- técnico y de producción; aspectos que necesitan avanzar rápidamente, pues los intereses comerciales siempre se apresuran a obtener las mejores ventajas de operación.

Por la vía legal, el Estado ha sido incapaz de regular las actividades de difusión masiva; sólo ha otorgado privilegios a los -- concesionarios, retrasando con ello la participación en estos de grupos sociales más amplios, además de ser pocas las disposiciones cuyo cumplimiento exige a los concesionarios. Sin embargo, la facultad legislativa deberá ser un instrumento de suma importancia para aprovechar los medios masivos en tareas educativo -- culturales.

El primer paso para obtener un modelo alternativo en materia de

difusión en nuestro país, deberá ser la lucha que emprendan las organizaciones políticas, profesionales, sindicales y sociales - para obtener su participación en los aparatos de difusión y después de lograrla, el Estado se verá obligado, a partir de las demandas y organización obtenidas, a promover y derogar leyes en materia de comunicación e información y hacerlas cumplir con el rigor que la situación demanda. Habrá que tener presente que es en última instancia el Estado el responsable de controlar las comunicaciones e impartir la educación.

La forma en la que se habrá de cumplir con estas funciones no implica necesariamente la centralización de estas actividades en las Secretarías y órganos encargados actualmente de coordinarlas.

En todos los sectores de la economía se está efectuando una necesaria descentralización de actividades. Si bien la Secretaría de Educación deberá recuperar terreno en materia de comunicaciones, la descentralización que de sus funciones está llevando a cabo en todo el país, pueden ayudar a agilizar el proceso de su incorporación en las tareas de planeación y producción de mensajes educativos de carácter regional y local. Los gobiernos de los Estados al hacerse cargo de la educación que se imparta en cada entidad serán los responsables también de coordinar las actividades en materia de difusión, otorgando el derecho de participar en éstas a las organizaciones políticas y sociales más representativas.

En el terreno legal, el Estado tendrá que llevar a cabo una revisión del actual sistema de otorgamiento de concesiones para obtener un equilibrio de frecuencias asignadas a los intereses privados, los cuales controlan más de la tercera parte de las estaciones de radio y televisión.

Al mismo tiempo; el Estado habrá de contemplar desde ahora los avances tecnológicos que se están efectuando en materia de comunicaciones, para legislar oportunamente sobre ellos. Por la vía fiscal deberá obligar a los concesionarios a pagar impuestos, --

Los cuales pueden ser utilizados en el crecimiento de los medios de difusión estatales y exigirles también, que parte de sus utilidades sean empleados en la investigación científica y tecnológica de las comunicaciones, con el objeto de propiciar nuestra independencia en ese sector.

En relación a la comercialización de los medios de Estado, la realidad ha demostrado que en esas condiciones los instrumentos de difusión no han podido operar libremente, pues las agencias de publicidad y los intereses capitalistas siempre influyen en la programación de las estaciones. Si el Estado necesita difundir mensajes de productos o servicios, como el caso de la banca, todas las dependencias que necesitan promoción deberán utilizar los medios estatales, pues ocurre que el propio Estado paga la difusión de sus mensajes en las estaciones comerciales y exige a las estatales su difusión gratuita. Estas erogaciones por concepto de publicidad que el Estado paga a las estaciones de radio y televisión privadas, bien podrían servir para subsidiar las cadenas nacionales de radio y televisión que sostiene con tanto esfuerzo.

Con respecto a estas cadenas, cuyo objetivo fundamental debería ser coadyuvar a la integración e identidad nacionales, se tendrán que reestructurar sus objetivos y programación, en virtud de que sus transmisiones cumplen pobremente con estas metas. Los institutos que fueran creados en este sexenio para coordinar las actividades de difusión masiva y que son los responsables del manejo de las cadenas nacionales, deben contemplar en sus transmisiones no sólo el folklora y los lugares turísticos, deben crear cultura, mantener informada a la población, posibilidad más accesible hoy con la infraestructura del satélite doméstico.

La importancia y consecuente responsabilidad que implica el manejo de estas redes, adquiere más relevancia cuando pensamos que la visión que de la cultura, la educación y los problemas nacionales tiene la población, proviene básicamente del acceso que ésta tiene a la información audiovisual. Un aspecto muy importan-

te al que comunmente se le ignora en los estudios sobre el funcionamiento de los medios masivos, es la tecnología empleada para la producción de los mensajes radiales y televisivos. En México cerca del 97% de la capacidad instalada para llevar a cabo estos procesos es de procedencia extranjera.

Desde el nacimiento de la radiodifusión hemos sido incapaces de generar y satisfacer nuestras necesidades en el terreno electrónico, lo que ha facilitado la ingerencia del capital imperialista en la industria. Las posibilidades de acceso a esta tecnología, incluso para el propio Estado son cada día más incosteables, de ahí que este haya tenido que recurrir a la comercialización de los medios que opera para llevar a cabo su financiamiento.

La tecnología es pues, otro factor importante para implementar -- una utilización más participativa de los medios de difusión, pues en la medida en que se obtenga independencia en ese sector, propiciando el desarrollo científico y tecnológico nacionales, será más fácil el acceso a estos instrumentos informativos.

Por otra parte, habrá que recordar también que una política nacional en materia de comunicación no necesariamente debe contemplar las tecnologías más sofisticadas. El Estado por su debilidad ante los intereses de los grupos que controlan la industria cultural, ha recurrido a la utilización de tecnologías costosas, cuya inversión jamás recupera; no son adquiridas para satisfacer sus necesidades y finalmente nunca realiza un programa educativo y cultural para su aprovechamiento. La producción de programas para radio y televisión también ha resultado un reto para el Estado pues éste en su afán por copiar los modelos de operación comerciales, nunca ha podido abaratar los costos de operación de los centros de producción. Este fenómeno está más acentuado en la televisión, motivo por el cual resulta más económico comprar series extranjeras o películas, que realizar producciones nacionales.

La radio estatal enfrenta el mismo problema pero en menor escala y ha optado por las transmisiones de música grabada a la produc-

ción de radioteatros, transmisiones en vivo y noticieros.

En relación a este problema existen varias posibilidades que no han sido suficientemente explotadas. Por ejemplo, substituir algunas grabaciones en estudios que pueden efectuarse en locaciones naturales, en el caso de la televisión. En lugar de trasladar equipo y personal para grabar en el interior de la República, pueden establecerse convenios con las estaciones estatales locales o regionales, que contemplen intercambios, coproducciones y el envío de información diaria por vía telefónica, microondas o satélite. Otra posibilidad la constituyen los intercambios a nivel internacional a través de los cuales se puede obtener programación de calidad; y si los costos de operación se reducen en nuestros centros de producción, también se podrán ofrecer productos de buena calidad.

Por lo que toca al sector educativo, este deberá ampliar su participación en la producción de mensajes, relacionando estos directamente con los contenidos impartidos en la escuela, ya sea como educación extraescolar o como apoyo directo a la enseñanza.

Para ello, se habrán de reestructurar las políticas educativas a nivel nacional y regional, adecuando estas a las características geográficas, antropológicas, culturales y económicas de cada región, labor compleja por la diversidad que en estos aspectos presenta nuestro país.

Con respecto a la capacitación, esta podrá también ser promovida, si a la producción de mensajes se integran otros centros de enseñanza a nivel nacional, así como las empresas que integran los diversos sectores productivos del país.

Un elemento más, lo constituyen la adecuación e incorporación de las escuelas de comunicación a las labores de planeación, organización y producción de los medios de difusión, tareas que en pocas ocasiones contemplan en sus planes de estudio; al igual que -

los programas de investigación especializada sobre los sistemas de comunicación y la distribución de mensajes.

Como puede apreciarse, la comunicación alternativa requiere de la participación, organización y dirección colectivas; y aunque están detectados nuestros principales problemas en la materia y se pueden definir políticas sobre qué hacer con los medios, --- otras son las condiciones y posibilidades sociales y materiales para llevar a cabo esos proyectos.

La participación en los medios es el resultado de la lucha de - clases, una consecuencia de la distribución del poder dentro de los diversos sectores sociales. Por ello, la comunicación al- - ternativa no es simplemente la reacción ante un modelo estable- cido, es la organización y planeación de los intentos por modi- ficar y rescatar los elementos que constituyen este proceso en un fenómeno eminentemente social, sujeto al desarrollo históri- co que presenta cada formación social en particular. De ahí -- que las políticas y estrategias que se pretendan implementar de ben estar estrictamente apegadas a la realidad social. En últi- ma instancia, las políticas nacionales en materia de comunica- ción no sólo se refieren a las formas en las que el Estado debe organizar los sistemas de difusión, sino que incluyen también - las formas en que la sociedad ha de organizarse para participar en el proceso educativo-cultural.

BIBLIOGRAFIA GENERAL

Albert Pierre y Tudzsq, Andre
Historia de la Radio y la Televisión
 Ed. FCE, México, D.F., 1982
 p.p. 176

"Argentina, Cuba, Chile: Realidad Política y Medios Masivos"
Cuadernos del Centro de Estudios de la Comunicación
 UNAM, No. 4, México, D.F., 1979
 p.p. 79

Arnheim, Rudolf
Estética Radiofónica
 Ed. Gustavo Gili, Barcelona, España, 1980
 p.p. 171

Arriaga, Patricia
Publicidad, Economía y Comunicación Masiva
 Ed. Nueva Imagen, México, D.F., 1981
 p.p. 248

Arrieta, Mario
Obstáculos para un nuevo orden informativo internacional
 Ed. Nueva Imagen, México, D.F., 1980
 p.p. 415

Baena Paz, Guillermina
Lecturas sobre comunicación educativa
 FCPyS, UNAM, México, D.F., 1981
 p.p. 75

Barragán Barragán, José
Introducción al Derecho Mexicano
 UNAM, No. 47, México, D.F., 1981
 p.p. 46

Bassets, Lluís
De las Ondas Rojas a las Radios Libres
 Ed. Gustavo Gili, Barcelona, España, 1981
 p.p. 289

Bernal Sahagún, Víctor H.

Anatomía de la Publicidad en México

3a. ed. Ed. Nuestro Tiempo, México, D.F., 1978

p.p. 221

Blat Gimeno, José

La Educación en América Latina y el Caribe en el último Tercio del siglo XX

UNESCO, París, Francia, 1981

p.p. 210

Block de Behar, Lisa

El Lenguaje de la Publicidad

3a. ed. Siglo XXI Editores, México, D.F., 1977

p.p. 218

Borrás Sánchez, Leopoldo

Comunicación Rural, Teoría y Práctica

FCPyS, UNAM, México, D.F., 1982

p.p. 48

Calderón E., Manuel

Comunicación en la Revolución

Ed. Inte-ración Latinoamericana, México, D.F., 1982,

p.p.82

Cárdenas, Lázaro

Mensajes, discurso, declaraciones, entrevistas y otros documentos 1928-1940

Ed. Siglo XXI, Vol. I, México, D.F., 1978

p.p. 348

Castañeda Vañez, Margarita

Los medios de la comunicación y la tecnología educativa

2a. ed. Editorial Trillas, México, D.F., 1979

p.p. 184

Castrejón Díez, Jaime

La Escuela del Futuro

Ed. F.C.E., México, D.F., 1975,

p.p. 89

Carvalho, Bordenave

Planificación y Comunicación

Ed. Don Bosco, Quito, Ecuador, 1978

p.p. 307

Cremoux, Raúl

La Legislación Mexicana en Radio y Televisión

UAM, México, D.F., 1982

p.p. 191

CIMPEC-OEA

Periodismo Educativo y Científico

2a. ed. Editorial Epoca, Quito Ecuador, 1976

p.p. 205

Collin, Claude

Radio Poder

Folios Ediciones, México, D.F., 1983

p.p. 223

Comisión para la Defensa del Idioma Español

La Influencia de los Medios de Comunicación en el Habla

SEP, No. 6, México, D.F., 1982

p.p. 59

Comunicación y Cultura

"La Comunicación Masiva en el Proceso Político Latinoamericano"

UAM, No. 8, México, D.F., 1982

p.p. 219

Comunicación y Cultura

"La Comunicación Masiva en el Proceso Político Latinoamericano"

UAM, No. 9, México, D.F., 1982

p.p. 196

CONACYT

Investigación en Educación

2a. ed. CONACYT, México, D.F., 1981

p. p. 171

CONACYT

Plan Maestro de Investigación Educativa

CONACYT, México, D.F., 1981

p.p. 121

Coordinación General de Comunicación Social Presidencia de la República

Políticas y Sistemas Nacionales de Comunicación Social

Ed. Presidencia de la República, No. 1, México, D.F., 1981

p.p. 143

COPLAMAR

Necesidades Esenciales en México

Ed. Siglo XXI, Vol. 2, México, D.F., 1982

p.p. 190

Córdova, Arnaldo

La Política de Masas del Cardenismo

5a. ed. Ed. ERA, México, D.F., 1983

p.p. 219

Crowley David

Manual de Grupos de Aprendizaje Radiofónico

Editora Andina, Quito, Ecuador, 1981

p.p. 275

Curriel, Fernando

"La Radiodifusión Universitaria"

Deslinde Núm. 127

p.p. 42

De Anda, Marla Luisa (comp)

Educación de Adultos: Nuevas Dimensiones en el Sector Educativo

GEFE, S.P.P., A.C.P., SEP, México, D.F., 1983

p.p. 294

D'Argent, Charles, et.al.

Alfabetismo Funcional en el Medio Rural

Colegio de México, D.F., 1980

p.p. 205

Díaz Amador, Ma. del Carmen

Política y Radiodifusión en México, un Análisis Histórico

Tesis, Universidad Iberoamericana, México, D.F., 1979

p.p. 209

Escarpit, Robert

Teoría de la Información y Práctica Política

Ed. FCE, México, D.F., 1983

p.p. 246

Escudero Verena, Ma. Teresa

La Comunicación en la Enseñanza

3a. ed., Ed. Trillas, México, D.F., 1981

p.p. 72

Eschenback J.

Radiodifusión para la Innovación

Ed. Epoca, Quito, Ecuador, 1978

p.p. 208

Esteinou Madrid, Javier

Los Medios de Comunicación y la Construcción de la Hegemonía

Ed. Nueva Imagen, CEESTEM, México, D.F., 1983

p.p. 223

Esteva, Gustavo

El Estado y la Comunicación

Eds. Nueva Política, México, D.F., 1979

p.p. 179

De Anda, María Luisa (comp)

Educación de Adultos: Nuevas Dimensiones en el Sector Educativo

GEFE, S.P.P., A.C.P., SEP, México, D.F., 1983

p.p. 294

D'Argent, Charles, *et.al.*

Alfabetismo Funcional en el Medio Rural

Colegio de México, D.F., 1980

p.p. 205

Díaz Amador, Ma. del Carmen

Política y Radiodifusión en México, un Análisis Histórico

Tesis, Universidad Iberoamericana, México, D.F., 1979

p.p. 209

Escarpit, Robert

Teoría de la Información y Práctica Política

Ed. FCE, México, D.F., 1983

p.p. 246

Escudero Yerena, Ma. Teresa

La Comunicación en la Enseñanza

3a. ed., Ed. Trillas, México, D.F., 1981

p.p. 72

Eschenback J.

Radiodifusión para la Innovación

Ed. Epoca, Quito, Ecuador, 1978

p.p. 208

Estéinou Madrid, Javier

Los Medios de Comunicación y la Construcción de la Hegemonía

Ed. Nueva Imagen, CEESTEM, México, D.F., 1983

p.p. 223

Esteva, Gustavo

El Estado y la Comunicación

Eds. Nueva Política, México, D.F., 1979

p.p. 179

Fernandez Christlieb, Fátima

Los medios de Difusión Masiva en México

Juan Pablos Editor, México, D.F., 1982

p.p. 330

Fernandez-Shaw, Félix

Organización Internacional de las Telecomunicaciones y de la Radiodifusión

Ed. TECNOS; Madrid, España, 1978

p.p. 326

Foro de Consulta Popular de Comunicación Social

Tomos I, II, III, IV y V, Secretaría de Gobernación, 1983

Freire, Paulo

¿Extensión o Comunicación?: La Concientización en el Medio Rural

1a. ed., Ed. Siglo XXI, México, D.F., 1981,

p.p. 109

Freire, Paulo

La Educación como Práctica de la Libertad

15a. ed., Ed. Siglo XXI, México, D.F., 1975

p.p. 151

Freire, Paulo

Pedagogía del Oprimido

27a. ed., Ed. Siglo XXI, México, D.F., 1981

p.p. 245

García, Antonio

¿Comunicación para la Dependencia o para el Desarrollo?

CIESPAL, Quito, Ecuador, 1980

p.p. 406

Granados Chapa, Miguel Angel

Examen de la Comunicación en México

Ed. El Caballito, México, D.F., 1981

p.p. 224

Goded, Jaime

Antología sobre la Comunicación Humana

UNAM, México, D.F., 1976

p.p. 275

Goldmann, Lucien, et. al.

El Concepto de Información en la Ciencia Contemporánea

4a. ed. Ed. Siglo XXI, México, D.F., 1977

p.p. 309

Gutiérrez Vega, Hugo

Información y Sociedad

Ed. FCE, México, D.F., 1974

p.p. 114

Haney y Ulimer

El Maestro y los Medios Audiovisuales

Ed. PAX-México, México, D.F., 1980

p.p. 143

Kaplán, Mario

Producción de Programas de Radio

CIESPAL, Quito, Ecuador, 1978

p.p. 460

La Belle, Thomas J.

Educación no formal y cambio social en América Latina

Ed. Nueva Imagen, México, D.F., 1980 p.p. 288

Lenin-Mao Tse-Tung

Arte, Literatura y Prensa

2a. ed., Ed. Grijalbo, No. 46, México, D.F., 1973

p.p. 153

Lenin, Vladimir

La Información de clase

3a. ed. Ed. Siglo XXI, México, D.F., 1978

p.p. 251

Liv, Alan

Comunicación e Integración Nacional en la China Comunista

Ed. Gustavo Gili, Barcelona, España, 1975

p.p. 272

Mallas, Santiago

Medios Audiovisuales y Pedagogía Activa

Ed. CEAC, Barcelona, España, 1979

p.p. 468

Maletzke G.

Psicología de la Comunicación Social

4a. ed., Ed. Epoca, Quito, Ecuador, 1976

p.p. 367

Mattelart, Armand

Agresión desde el Espacio

1a. ed., Ed. Siglo XXI, México, D.F., 1980

p.p. 200

Mattelart, Armand

La Comunicación Masiva en el Proceso de la Liberación

8a. ed., Ed. Siglo XXI, México, D.F., 1981

p.p. 263

Mattelart, Armand

La Cultura como Empresa Multinacional

2a. ed., Ed. Era, No. 25, México, D.F., 1976

p.p. 177

Mattelart, Armand

Comunicación y Transición al Socialismo

Ed. ERA, México, D.F., 1981

p.p. 214

Mattelart, Armand y Michele

Los Medios de Comunicación en Tiempos de Crisis

Ed. Siglo XXI, México, D.F., 1981

p.p. 259

"Medios de Comunicación, Ideología y Estrategia Imperialista"

Cuadernos del Centro de Estudios de la Comunicación

UNAM, México, D.F., 1980

p.p. 82

Mejía Barquera, Fernando

La Industria de la Radio y la Televisión y la Política del Estado Mexicano (orígenes y desarrollo)

Tesis FCPyS, UNAM, Tomos I y II, 1981

p.p. 909

Morales Serrano, Elías

Análisis Estadístico y Político de la Radiodifusión en México

Tesis FCPyS, UNAM, 1979

p.p. 198

Muriel, María Luisa -

Comunicación Institucional

Ed. Andina, Quito, Ecuador, 1980

p.p. 353

Myer, Robert

Uniendo los Mundos de la Investigación Educativa

CIID, Ottawa, Canadá, 1980

p.p. 93

OEA

Revista Interamericana de Desarrollo Educativo

No. 87, Washington, D.C. Estados Unidos, 1981

p.p. 152

ONU

La Aplicación de la Tecnología del Espacio al Desarrollo

ONU, Nueva York, Estados Unidos, 1973

p.p. 95

Pardinas, Felipe

Manual de Comunicación Social

Ed. Edicol, México, D.F., 1978

p.p. 356

Partida Omaña, Esther

Análisis de las Programaciones y Funciones que Desempeñan Radio

UNAM y Radio Universidad Benito Juárez de Oaxaca

Tesis, FCPyS UNAM, México, 1974

p.p. 93

Pasquali, Antonio

Comunicación y Cultura de Masas

4a. ed., Monte Avila Editores, Caracas, Venezuela, 1977

p.p. 611

Pinto Mazal, Jorge

Régimen Legal de los Medios de Comunicación Colectiva

FCPyS UNAM, México, D.F., 1977

p.p. 405

Prieto Castillo, Daniel

Diseño y Comunicación

UAM, México, D.F., 1982

p.p. 192

Prieto Castillo, Daniel

Retórica y Manipulación Masiva

Ed. Edicol, México, D.F., 1979

p.p. 187

Revista Audiovisual

"La Obra Educativa en el Sexenio 1970-76"

No. 14 SEP, Noviembre-diciembre 1976

p.p. 592

Revista del Centro de Estudios Educativos

"Seminario sobre Evaluación de Sistemas de Educación Radiofónica"

No. 2, SEP. 1975

p.p. 89

Revista de Estudios Políticos

No. 15, FCPyS, UNAM, 1979

p.p. 183

Revista Información Científica y Tecnológica

"La Radio: Subempleo de un Poder"

No. 89, CONACYT, Febrero de 1984

p.p. 64

Revista Mexicana de Ciencia Política

"periodismo y Comunicación Colectiva"

No. 69, FCPyS, UNAM, 1977

p.p. 179

Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales

"Universidad Abierta"

No. 101, FCPyS, UNAM, 1980

p.p. 260

Revista Nueva Política

"El Estado y la Televisión"

No. 3, FCE, julio-septiembre, 1976

p.p. 288

Ruiz Eldredge, Alberto (com.)

El Desafío Jurídico de la Comunicación Internacional

Ed. Nueva Imagen, México, D.F., 1979

p.p. 230

Sanabria, Martín Francisco
Estudios sobre Comunicación
Editora Nacional, Madrid, España, 1975
p.p. 270

Sánchez Cordero, Jorge
La protección del consumidor
Ed. Nueva Imagen, UNAM, México, D.F., 1981
p.p. 409

Secretaría de la Presidencia
Estudio sobre el Desarrollo de la Radio y la Televisión en México
mimeo, p.p. 451

Seminario de Comunicación Social
UAM, No. 10, México, D.F., 1983
p.p. 136

SEP
Educación
No. 35, enero-marzo, 1981
p.p. 154

Simpson Grinberg, Máximo
Comunicación Alternativa y Cambio Social
FCPyS, UNAM, México, D.F., 1981
p.p. 328

Toussaint, Florence
Crítica de la Información de Masas
Ed. Trillas, México, D.F., 1982
p.p. 94

UNAM
Primera Reunión Internacional de Radiodifusoras Universitarias,
Culturales y Educativas, (RIRUCE)
UNAM, México, D.F., 1981
p.p. 280

Valbuena, Felicísimo

Receptores y Audiencias

Pablo del Rio Editor, Madrid, España, 1976

p.p. 198