



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

RADIO COMUNITARIA. UNA EXPRESION DE LA
COMUNICACION ALTERNATIVA.
EL CASO DE RADIO IBERO.

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE :
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P R E S E N T A :

MARIA GABRIELA GOMEZ ORTIZ

ASESOR: ARTURO GUILLEMAUD RODRIGUEZ VAZQUEZ



México, D. F.

2000

282192



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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 esta 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.

DEDICATORIA

¡Por fin! Después de tanto tiempo, finalmente puedo escribir esto. En realidad nunca pensé cuán difícil podría ser redactar estas páginas, por eso cada quien tendrá su párrafo, tan independiente de los demás como lo es mi cariño y agradecimiento, porque cada quien tiene un lugar en mi mente y mi corazón.

Al Ser Supremo, porque creo que existe algo superior que me da fuerza, me brinda apoyo y me ayuda a levantarme cada vez que pongo una rodilla en el suelo e intento darme por vencida.

A mis padres

Mamá: Gracias por estar siempre ahí para mí, porque sé que no importa lo que pase, donde esté, cuántas veces caiga o me equivoque, tu amor me levantará y mantendrá en pie. Te amo mucho.

Papá: Gracias por ser mi amigo, por ayudarme a soportar mis penas y compartir conmigo mis alegrías, porque aún en la distancia, te llevo en mi corazón. Te amo mucho, Pic Pic.

A mis hermanas

Ayo: A mi compañera de juegos, travesuras, peleas y aventuras, gracias por ser mi más acérrima competidora y obligarme así a ser mejor cada día. Sabes cuánto te quiero.

Moncho: A mi niña bonita, gracias por tanto amor, por tantos desvelos, por tus risas que alegran mi vida, por tus consejos tan atinados. Te adoro de aquí a la luna y de regreso.

A mis abuelos

Abuelita: Eres el pegamento que mantiene unida a mi familia. Gracias por ser más que una madre para mí, por tus mimos y cuidados, por tu apoyo y comprensión, porque sin ti nunca habría llegado adonde estoy. Te adoro.

Abuelito: Porque sé que detrás de todo, somos tus nietas favoritas (y las únicas). Gracias por cuidarme, protegerme y ayudarme, por preocuparte por mí y tratar de hacerme la vida más fácil. Te quiero mucho.

A Julio, por comprenderme y amarme, por tu infinita paciencia y tolerancia, por crear sueños y compartir proyectos conmigo. Gracias por ser como eres y ser para mí. Te amo.

A Natalia, por tu amistad y tu comprensión, por escucharme cuando lo necesito y brindarme tu mano. Gracias por regalarme un pedacito de tu corazón y dejarme ser parte de tu historia. Te quiero.

A Erika, por tu alegría, tu locura, tu bondad y tu saberme entender, por enseñarme a ser paciente y tolerante, por ayudarme a crecer.

A Keyla, gracias por ser mi acicate para dar lo mejor de mí. Ni el tiempo ni la distancia podrá separarnos.

A Gustavo, mi *coach*, por enseñarme la disciplina, no sólo en el campo de softball, sino en el juego de la vida. Gracias cuñado, por la inolvidable experiencia de una temporada de triunfos y el enorme placer de compartirla contigo.

A los enanos peludos que llenan mi vida de ladridos, meneadas de cola y juegos. Sé que no importa lo mal que esté mi pequeño mundo, siempre puedo contar con ellos (Cusi, Mili, Kimba y Terry).

A todos quienes han formado parte de mi vida, en presencia o en esencia, para bien o para mal, porque sin su existencia no sería como soy.

A los maestros, profesores e investigadores de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, quienes compartieron conmigo su saber y sus conocimientos para enseñarme a pensar.

A Arturo, gracias por el apoyo y el respeto que mostraste hacia mí y mi trabajo. Es bueno saber que las generaciones futuras serán preparadas por gente como tú.

A la UNAM, por brindarme una formación personal y profesional envidiable y por permitirme la maravillosa experiencia de aprender entre sus muros. Es un honor ser egresada de ella.

Gaby

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	I
CAPÍTULO 1. Comunicación Alternativa vs. Comunicación Dominante.	1
1.1. Comunicación dominante.	9
1.2. Comunicación alternativa.	21
1.2.1. Los medios para la comunicación alternativa.	33
CAPÍTULO 2. La radio, un medio para la comunicación alternativa.	37
2.1. ¿Por qué radio?	42
2.2. Contribuciones del Estado.	48
2.2.1. El Instituto Nacional Indigenista (INI).	60
2.2.2. El Instituto Mexicano de la Radio (IMER).	73
2.3. Participación de la sociedad civil.	81
2.4. Tipología de la radio alternativa.	87
CAPÍTULO 3. Radio Comunitaria.	94
3.1. Definición y funciones.	95
3.2. ¿De, por y para las comunidades?	115
3.3. Apoyos y financiamientos.	129
3.3.1. Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER).	123
3.3.2. América Latina en Red (ALRED).	126
3.3.3. Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC).	128
3.3.4. Centro Promotor de Radio Comunitaria (CEPRAC).	132
3.4. Antecedentes de la radio comunitaria en México.	134
3.4.1. Radio Huayacocotla.	134
CAPÍTULO 4. Radio Ibero.	154
4.1. Breve reseña de la fundación y crecimiento de la Universidad Iberoamericana.	155
4.2. Historia de Radio Ibero.	166
4.3. El proyecto de Radio Ibero. Sus etapas.	175
4.4. Descripción de su programación y participación de ¿quién?	182
4.5. Alcance de la emisora. ¿Y las colonias de alrededor?	191
CONCLUSIONES. ¿Es o no radio comunitaria?	194
FUENTES DE INFORMACIÓN	200

INTRODUCCIÓN

La capacidad de comunicación es inherente al hombre. Biológicamente está conformado para la articulación de sonidos y la estructuración de mensajes a través de las palabras. En un sentido social, el intercambio de ideas, implícitas en los mensajes, es elemento básico para el establecimiento de cualquier relación entre dos o más personas.

Sin embargo, desde su nivel más elemental, el intrapersonal, hasta la comunicación de masas, la comunicación está regida por la naturaleza misma del hombre, naturaleza dominante y competitiva, que se expresa en los factores económicos y políticos, entre otros, que caracterizan a los grupos sociales que integra el hombre.

La comunicación que practica el ser humano está limitada, en gran medida, por los valores establecidos en el grupo social en el que ésta se desarrolla, y es también, el vehículo propagador de los mismos.

Así, es la comunicación de masas la que nos han proporcionado y facilitado los *mass media**, tanto impresos como audiovisuales, la que tiene una injerencia mayor en el establecimiento de las relaciones que conforman un grupo social, a través de la propagación de valores e ideas específicas.

Estas ideas, como cualesquiera otras, tienen un emisor con interés en que sean difundidas. Económico, político, cultural o el que sea, es el emisor quien se encuentra detrás de la estructura de los *mass media*: radio, cine, televisión, prensa, etc., en la figura del anunciante publicitario, el

* Medios masivos de comunicación.

patrocinador o los integrantes de la corrientes políticas en el poder y en la oposición.

No cualquiera puede patrocinar un programa de T.V., o pertenecer a la élite del poder, por lo que no cualquiera difunde sus ideas y valores en los medios masivos. Se necesitan recursos monetarios, materiales, humanos y legales.

Necesidades económicas, como el costo de instalación, funcionamiento y manutención de estos medios restringen su propiedad sólo a los poseedores de capital suficiente. Asimismo, los intereses políticos de tales individuos son trasmitidos por estos medios y llevados al terreno de la vida política del país o grupo social en el que se encuentran.

En este sentido, los medios de comunicación masiva están constantemente vigilados y monitoreados, tanto por instituciones o departamentos gubernamentales específicamente creados para ese fin, como por empresas que realizan seguimientos y control de información.

Asimismo, su propiedad se encuentra en manos de pocos y reducidos grupos con grandes cantidades de recursos para hacerlos funcionar. Ejemplo de esto son las cadenas televisivas que controlan varios canales de transmisión nacional y local, los grupos radiales con diversas estaciones de distintos géneros entre sus filas, o las grandes corporaciones periodísticas con periódicos y revistas de altos tirajes nacionales y locales.

Además, actualmente los medios de comunicación rigen, en buena medida, su línea económica y política a través de la publicidad. La venta de anuncios es la que determina el mantenimiento de una estación de radio o de televisión, y en un contrato tácito, también los intereses políticos, sociales

y económicos de los dueños del producto anunciado se ven reflejados en las transmisiones de ese medio anunciante.

Ya no son sólo los intereses de los dueños de la empresa comunicativa, sino también de los clientes a los que sirven como anunciantes. Del mismo modo, el gobierno, valiéndose de la legislación prevaeciente, instituye herramientas y mecanismos de control en cuanto a los contenidos y formas de transmisión, de tal manera que también los intereses de la clase dirigente en el poder y que conforma el gobierno (que no el Estado) se ven incluidos en los medios de comunicación.

Por otro lado, las mayorías, receptoras de estos mensajes, no tienen injerencia alguna en el contenido de los mismos, ya que este tipo de comunicación se caracteriza por su bajo "coeficiente de comunicabilidad por parte del receptor", es decir, la capacidad de retroalimentación o *feedback* que posee tanto la radio como la televisión, medios de los que estamos tratando, es casi o totalmente nula. De tal manera, los intereses y necesidades de comunicación de estos receptores no son contemplados más que en la forma en como lo creen: 1) la clase dirigente políticamente, 2) los dueños de los medios y 3) los vendedores potenciales o patrocinadores.

De esta manera, se determinan dos vertientes en la comunicación: la comunicación que se denominará dominante y la comunicación alternativa, ambas antagónicas y con diferentes cauces y fines que se explican en el capítulo 1.

Así, la comunicación alternativa es y representa una vía opcional de comunicación para los receptores que no están considerados dentro de los tres incisos mencionados arriba, pero quienes tienen la necesidad de

expresión y de relación con sus semejantes, para escapar de las ideas y valores ajenos impuestos o para encauzar mensajes que responden a sus requerimientos reales de comunicación.

En este sentido, la comunicación alternativa tiene cauce en cualquier medio: el grafiti, el volante, la radio, entre muchos otros. Porque cualquier medio es susceptible a la búsqueda de canales alternativos de comunicación de estos grupos, y en este caso, la radio funciona como vehículo de las expresiones alternativas, como se verá en el capítulo 2. Radios con un carácter de respuesta a las necesidades, intereses y derechos de las comunidades a las que representan y se dirigen, sean del origen, nivel social, económico, político o cultural que sean. Las radio comunitarias surgen como baluarte de estos grupos en la defensa de su derecho a la comunicación y la expresión.

Sus transmisiones surgen desde el núcleo de la comunidad a la que se dirigen, no hay intermediarios ni interpretaciones ajenas, son directas y originarias, y manifiestan las necesidades más puras de comunicación y de defensa de ese derecho.

Aunque no es posible encontrar la definición de radio comunitaria en un diccionario, con diferencias tajantes y radicales de las demás expresiones alternativas en radio, en el capítulo 3 se pretende establecer una serie de características propias de este particular modo de hacer radio.

En México han existido diferentes, pero desgraciadamente pocas, experiencias de radio comunitaria. Un ejemplo es Radio Huayacocotla, ubicada en la Sierra Norte de Veracruz, que lanza su onda hacia las comunidades nahua, tepehua y otomí de la región, en contra de la violencia,

la ignorancia y el caciquismo prevaleciente. Dentro del capítulo 3, se narra la historia, situación actual y el proyecto de Radio Huayacocotla como ejemplo actual de una radio comunitaria en México.

En el último capítulo, se realiza la descripción del proyecto de Radio Ibero, que desde sus inicios en 1963 se ha erigido como una opción para los estudiantes de comunicación de la Universidad Iberoamericana. Además de que pretende ser una radio experimental universitaria cultural comunitaria, según las declaraciones de sus mismos participantes, comprometida con la filosofía y principios de la comunidad jesuita que la respalda, basada en el humanismo, la justicia social y la democracia.

Finalmente, una vez con los elementos teóricos y un marco de referencia en las manos, se realiza la evaluación acerca de la calidad de comunitaria respecto a XHUIA Radio Ibero.

CAPÍTULO 1

COMUNICACIÓN ALTERNATIVA

VS.

COMUNICACIÓN DOMINANTE

CAPÍTULO 1

COMUNICACIÓN DOMINANTE VS. COMUNICACIÓN ALTERNATIVA

Como un primer acercamiento a la comunicación, es importante establecer la diferencia entre ésta y la información como tal, a manera de punto de partida para determinar el antagonismo entre la comunicación dominante y la alternativa.

Prieto Castillo define comunicación como lo que es común, lo que pertenece a todos y en tanto emisor y receptor estén inmersos en un mismo proceso y lo compartan, mientras ambos polos establezcan una relación dinámica en donde los roles de emisor y receptor se adopten sucesivamente, puede hablarse de comunicación. En cuanto a información, ésta deriva, en primer lugar, de la voz latina *informare* que significa "dar forma", y eso mismo es, dar forma a una cierta cantidad de datos y "trasmitirlos de una manera unilateral a través de canales que técnicamente no permiten un retorno".¹

Ahora bien, según Antonio Pasquali, en su libro *Comunicación y cultura de masas*², la diferencia radica en que "comunicación definirá el intercambio de mensajes con posibilidades de retorno no-mecánico entre polos igualmente dotados del máximo coeficiente de comunicabilidad (R-T), e información, el envío de mensajes sin posibilidad de retorno no-mecánico entre un polo T y un polo R periférico y puramente aferente ... de este modo, el término de información connotaría la principal diferencia específica de la comunicación: es decir, aquella relación que establece entre

¹ PRIETO Castillo, Daniel. Discurso autoritario y comunicación alternativa p. 30

² PASQUALI, Antonio. *Comunicación y Cultura de masas* Ed. Monte Avila, Caracas 1964

polos con bajo coeficiente de comunicabilidad". En este sentido, podemos determinar que una relación interpersonal tiene un alto coeficiente de comunicabilidad en ambos polos, ya que tanto emisor como receptor se encuentran en la misma capacidad y posibilidad de enviar información; sin embargo, los medios de "comunicación" masiva no poseen el coeficiente de comunicabilidad que se requiere por parte del receptor.

Pero la diferencia no radica únicamente en el coeficiente de comunicabilidad que desarrolle o sea capaz de desarrollar una relación comunicacional, sino como refiere Prieto Castillo, "es también la *calidad* de dicho retorno, entendiendo por ella, en primer lugar, la manera en que el receptor al volverse emisor se hace presente en quién le envió el mensaje. Segundo, la forma en que se comparte una experiencia. Y tercero, la participación activa en un compromiso común."³ En este sentido, el coeficiente de comunicabilidad depende de cómo evalúen y se autoevalúen los participantes en dicho proceso, cuando se consideran iguales se obtiene el máximo coeficiente de comunicabilidad en tanto sean partícipes en el mismo sentido humano y social.

En la relación establecida entre los polos "comunicantes" en los medios masivos se obtiene un coeficiente de comunicabilidad que no es posible considerar, de tan reducido. Inicialmente, porque no existen posibilidades de retorno no mecánico entre ellos; porque el receptor no participa activamente en el compromiso que tiene el emisor al enviar su mensaje, y porque, la mayoría de las veces, el emisor considera (evalúa) al receptor como un ente que sólo recibe mensajes e información y no espera una respuesta, más que la que está tratando de condicionar con sus mensajes, lo

³ PRIETO *Op. cit.* p. 31

cual no habla de una participación activa, consciente, y mucho menos de una autoevaluación por parte del receptor.

En realidad, los medios de “comunicación” bien podrían ser llamados de “información” ya que no permiten un retorno, mantienen un bajo nivel de comunicabilidad; pero no sólo por los elementos tecnológicos intrínsecos que poseen los medios masivos (televisión, radio, cine, prensa, etc.) sino porque los dueños de estos medios no *desean* que se dé el retorno.

Entonces, el primer planteamiento se encauza hacia la elección del término a usar: comunicación o información. El término elegido es “comunicación” ya que se pretende rescatar el nivel de comunicabilidad de los *mass media* a través de su uso alternativo. Si bien no un retorno inmediato, sí aquél que tenga como fin la participación de ambos polos en el mismo proceso comunicacional, en un mismo sentido social y humano, y no aquél en donde los medios son sólo transmisores de una serie de datos “formados”.

Una vez aclarado lo anterior, es necesario considerar, por otro lado, que los procesos de comunicación no se encuentran aislados, sino inmersos en un conjunto de relaciones establecidas entre los seres que conforman una sociedad, llámese tribu o comunidad internacional. Es por ello se puede ni debe analizar los procesos comunicativos como entes separados de las formaciones sociales en las que se establecen, ya que son causa y efecto unos de otros, sumergidos en un círculo de relaciones estrechamente establecidas desde sus inicios.

Daniel Prieto Castillo establece que “todo proceso de comunicación está inserto en una formación social, entendiendo por ésta los modos de

producción específicos y las relaciones sociales de producción, a que dan lugar en un determinado país”⁴.

Si bien las características de una formación social no están determinadas exclusivamente por su aspecto económico, éste tiene una gran injerencia, primordial se podría decir, en la conformación de los grupos sociales, sus relaciones y su postrer desarrollo.

Cada formación social está establecida con características particulares y específicas de sí misma, por lo que sus relaciones comunicacionales están, asimismo, definidas y determinadas por ellas. “La práctica comunico-informativa es expresión de un modo de producción y de su interacción con el sistema político, del carácter mismo del Estado y de su particular articulación con la sociedad civil.”⁵

En el mismo sentido, Antonio Pasquali dice: “Un tipo de sociedad está en función de un saber, el cual, a su vez, es función de sus medios comunicantes. Las estructuras sociales no engendran *a posteriori* un saber del cual emanarían consecuentes medios de comunicación, sino que los medios de comunicación configuran y delimitan formas de saber, las cuales determinan y tipifican a un grupo social.”⁶ Es un infinito círculo de relaciones, dependencias y determinaciones entre ambos: grupos social y medios comunicantes, donde ambos se interrelacionan y no pueden ser concebidos el uno sin el otro, pues forzosamente nos vemos obligados a incluirlos en este análisis.

⁴ PRIETO *Ibid.* p. 26

⁵ SIMPSON Grinberg Maximo, comp. *Comunicación alternativa y cambio social* “Comunicación alternativa: dimensiones, límites, posibilidades” p. 140

⁶ REYES Matta, Fernando. *Comunicación alternativa y cambio social*. “La comunicación transnacional y la respuesta alternativa” p. 103 ss.

Así pues, se presentan dos modos de producción fundamentalmente distintos en sociedades industriales y tecnológicamente avanzadas. En este sentido, no se contemplan formaciones sociales establecidas en tribus o comunidades alejadas, ya que nuestro interés se centra en los *mass media* que se desarrollan en sociedades establecidas y con un cierto grado de tecnología en ellas. Asimismo, cabe señalar que cada sociedad tiene aplicado dicho modo de producción en características diferentes, pero que en esencia son originados de éstos: el capitalista y el socialista.

Mar de Fontcuberta lo llama el "modo de producción comunicativo", el cual está caracterizado por el modo de producción que se encuentre rigiendo en una sociedad. Así nos presenta el siguiente cuadro: ⁷

⁷ FONTCUBERTA, Mar de. *Alternativas en comunicación* p. 36 y 37

	Área socialista	Área capitalista
Cómo están establecidos los <i>mass media</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Propiedad del Estado • Centralizados • Fuentes informativas unilaterales 	<ul style="list-style-type: none"> • Propiedad privada, de monopolio estatal o transnacional • Descentralizados y centralizados, incluso transnacionalmente • Pluralidad de fuentes, aunque están sometidas a la concentración monopolista.
Quién los controla	<ul style="list-style-type: none"> • Dependen política e ideológicamente del Partido y demás aparatos de Estado 	<ul style="list-style-type: none"> • En su inmensa mayoría dependen de los grupos de presión y de las fuerzas del mercado internacional
Cómo funcionan	<ul style="list-style-type: none"> • Unidireccionalmente • Jerárquicamente • Trabajan profesionales • Siguen política de consignas mediante la propaganda • Autoritarios: emiten discursos cerrados • Auxilian la representación que transmiten 	<ul style="list-style-type: none"> • Unidireccionalmente • Jerárquicamente • Trabajan profesionales • Política orientada mediante la persuasión • Autoritarios: emiten discursos cerrados • Conforman simulacros de realidad • Recrean su propio espectáculo
Cuál es su relación con la cultura	<ul style="list-style-type: none"> • Medio educadores de la cultura socialista • Medios justificadores del sistema • Adaptan la historia a los sistemas de significación hegemónicos • Perpetúan una cultura redundante y compacta 	<ul style="list-style-type: none"> • Medios conformadores de la cultura de masas • Medios justificadores del sistema • Traducen la historia en productos <i>massmediáticos</i>: tecnofacturados • Perpetúan una cultura redundante y homogénea
Cuál es su relación con la producción y el consumo	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuyen a la producción • Delantan buena parte de la producción de sentido • Canalizadores de un consumo de bienes limitado • Instrumentalizan el consumo simbólico 	<ul style="list-style-type: none"> • Están en función de la producción • Producen un sentido que es una coartada en sí mismo • Instigadores del máximo consumo; son en sí mismos consumo • "Fetichizan" el consumo simbólico
Para qué sirven	<ul style="list-style-type: none"> • Transmiten las órdenes a sus receptores-camaradas • Para mantener el sistema imperante establecido, diluir las contradicciones y fomentar el consenso para el desarrollo y reproducción del propio sistema • Principalmente intentan convencer 	<ul style="list-style-type: none"> • Transmiten las pautas a sus receptores-súbditos • Para mantener el sistema imperante establecido, diluir las contradicciones y fomentar el consenso para el desarrollo y reproducción del propio sistema • Primordialmente persuaden e intentan fascinar y extasiar
Qué representan	<ul style="list-style-type: none"> • Son superestructura principalmente • Muestran el universo de valores que intenta imponer la ideología dominante 	<ul style="list-style-type: none"> • Son ya infraestructura • A menudo son también <i>gadgets</i> • Muestran el universo de valores que intenta imponer la ideología dominante
Qué tipo de contradicciones implican al sistema	<ul style="list-style-type: none"> • Las inherentes a la superestructura: el dogmatismo, la rigidez de mensaje, la repetición . . . pueden ocasionar el rechazo del receptor, restando la eficacia perseguida por el sistema 	<ul style="list-style-type: none"> • Las inherentes a la infraestructura: el aluvión de medios y mensajes, los códigos que engendran y los simulacros pueden insensibilizar al receptor (decodificación "aberrante", pérdida de sentido, hipersimulación) neutralizando la operatividad perseguida por el sistema y distorsionando las bases sobre las que está estructurado.

Aunque los modos de producción capitalista y socialista se encuentran actualmente matizados por una variada gama de corrientes y perspectivas económicas, políticas y sociales diferentes, los medios de comunicación masiva se comportan, para Fontcuberta, esencialmente de la manera antes descrita. Encontramos una serie de coincidencias, sobre todo, en el hecho de que en ambos terrenos, los *mass media* se encuentran como enlaces entre un pequeño grupo dominante (Estado, Partido del poder, sectores económica y políticamente privilegiados) que marca las pautas de comportamiento de un extenso grupo de receptores, al otro lado de la cuerda.

En ningún caso los medios de comunicación están desligados del entorno social al que pertenecen. Por ejemplo, la mayor parte de América Latina está regida por un patrón netamente capitalista, con intereses locales y extranjeros bien definidos, los cuales se reflejan, de forma clara, en la llamada comunicación transnacional. La injerencia de los medios de comunicación no se remite a las fronteras territoriales de los países, sino que se extiende más allá, y son posibles de identificar tendencias internacionales de comunicación.

Para efectos de este trabajo, se hace referencia, en primer lugar, a las diferentes nociones que de la comunicación a la que llamamos dominante, autoritaria, hegemónica o transnacional se tienen, sin perder de vista el contexto socio-económico-político-cultural en el que se encuentran. Después, describir las aproximaciones teóricas que diversos investigadores han realizado acerca de la comunicación denominada "alternativa", para intentar desarrollar nuestro propio concepto.

1.1. COMUNICACIÓN DOMINANTE

Como en todo fenómeno social, las consideraciones realizadas hacia tal o cual hecho no son verdades absolutas o comprobables a ciencia cierta; el ser humano, como objeto de estudio, es impredecible. Podemos realizar generalizaciones y posibles rutas de conducta, así como eventuales causas, a partir del análisis de una parte del todo que representa la humanidad. Sin embargo, no son más que eso, generalizaciones que de ninguna manera son aplicables al cien por ciento. Asimismo, el enfoque desde el cual, el investigador está analizando los hechos, contribuyen en forma determinante a los resultados. Las conceptualizaciones que de cada elemento del proceso realiza el investigador establecen en gran parte las conclusiones a las cuales llega y establece como verdaderas.

En este sentido, son variadas las reflexiones y análisis que se han hecho de la comunicación llamada dominante, autoritaria, transnacional o hegemónica. Por eso, se realizará una breve recapitulación de éstas para tratar de reunir los elementos comunes que de cada uno de ellos se desprenden. No se minimiza la importancia que revisten, como tampoco el hecho de que hayan sido enmarcados en distintos ámbitos sociales y desde enfoques esencialmente diferentes, pero para efectos de esta investigación es importante destacar dichas coincidencias.

Para el investigador Javier Esteinou, "los medios de comunicación realizan, actualmente, la tarea nodal que antaño le correspondía a la familia y a la escuela, para ahora dirigir el espíritu nacional hacia los nuevos intereses del poder monopólico. Se han convertido en los principales bastiones culturales que crean el proyecto de nación, de patria, de política, de educación, de historia, en una palabra, de memoria social. A través de

ellos, se produce el consenso colectivo que cristaliza en la construcción de la hegemonía cultural de los grupos que los administran.”⁸

En este sentido, los medios de comunicación de masas están subordinados a la clase dominante, la cual pretende mantener su presencia y renovación como grupo en el poder, y debido a esto, numerosos elementos de la estructura social se encuentran gravitando alrededor de sus necesidades y tendencias de clase, así los medios de comunicación dominante actúan como aparatos estratégicamente utilizados al servicio de sus intereses hegemónicos.

Resultado de esta práctica, los medios se envuelven del carácter de la clase dominante que los crea, sustenta y enmarca, lo adoptan y hacen suyo, para repetirlo indefinidamente “como instrumentos culturales agudamente persuasivos y ágiles movilizadores de la conciencia de masas”. Son partícipes, en mayor o menor medida, de la defensa que hacen, elaboran y ejercen diversas fracciones de clases que constituyen el bloque en el poder.

Una vez inmersos en el carácter de la clase dominante, no pueden menos que reproducir los esquemas que permiten que éste permanezca, se renueve y se mantenga en su lugar.

Según Esteinou, son diversos mecanismos de control, directa o indirectamente, que el grupo en el poder aplica sobre los canales de transmisión local (medios de comunicación) para estar lo suficiente seguros de que han alcanzado cierta incondicionalidad de parte de ellos.

⁸ ESTEINOU Madrid, Javier. *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía* p.

Inicialmente, existen tres factores primarios, por medio de los cuales la clase dirigente somete a los medios de comunicación⁹

- La propiedad jurídica de los medios

Es a través de ésta que el propietario "obtiene el derecho de gozar, usar o disponer ampliamente de los aparatos de difusión de masas, según sean sus intereses y necesidades de existencia y renovación material". Es así como mediante el gobierno legal del medio, el propietario obtiene la facultad de orientar la función cultural que desempeñan éstos hacia el fortalecimiento y la reproducción de sus intereses económicos, políticos y culturales.

Esta posesión está generalmente condicionada a la posesión de un fuerte capital inicial, suficiente para invertir en un medio de comunicación masiva, con toda la tecnología, recursos humanos y materiales que son necesarios para llevar a cabo esta empresa. De forma común, los propietarios de los medio coinciden, pertenecen o están en constante relación simbiótica con las facciones de la clase dominante que controlan y dirigen las ramas de la producción social de un país, comunidad o sociedad.

"Los medios de comunicación más importantes están en manos de las respectivas oligarquías o de las nuevas burguesías industriales y comerciales... que forman en su gran mayoría parte integral de las fuerzas económicas dominantes y se encuentran estrechamente vinculadas a los mandos de poder nacional y hegemónico", lo cual origina que la concentración de la propiedad de los medios de comunicación sea muy alta,

⁹ ESTEINOU Madrid, Javier. *Comunicación alternativa y cambio social* "La utopía de la comunicación alternativa en el aparato dominante de la cultura de masas" p. 74

y la capacidad de manipulación de la opinión pública es sumamente elevada.

Los medios de comunicación masiva se convierten entonces no sólo en negocios, sino parte importante de los grandes negocios, los cuales deben tener, y de hecho lo tienen, como fin último la multiplicación y crecimiento desmesurado del capital en las pocas manos que lo poseen, generando así un interminable círculo de poder y posesión, no sólo de medios de comunicación, sino de negocios en todas las ramas de producción de la sociedad.

Asimismo, el dominio y centralización de la posesión jurídica de los medios de comunicación por parte de los grupos dominantes "constituye el fundamento político que permite manejar la producción, distribución y el consumo de los bienes culturales que crean los aparatos de cultura de masas, según los lineamientos privados que propician la existencia y reproducción de las relaciones de producción capitalista."¹⁰

Es así como los dueños de los medios de comunicación -estaciones de radio y televisión, periódicos, editoriales, casa productoras de cine, audio y video, etc.- reflejan en sus propiedades sus intereses, los convierten en vehículos de sus opiniones personales y dominan las expresiones de sus empleados, conductores, periodistas, articulistas, escritores o guionistas. Generalmente estas expresiones coinciden, como ya se ha dicho, con las de los grupos dirigentes o en el poder, con el único fin de continuar la reproducción del mismo sistema que les ha permitido acrecentar su capital y afirman su poderío.

¹⁰ ESTEINOU, *Ibid.* p. 76

- El funcionamiento económico

Entre el elemento anterior y este, existe lo que Esteinou llama "una simbiosis de clase" en cual, los propietarios de los negocios "medios de comunicación masiva" se encuentran necesitados de los grandes capitales acumulados por los sectores nacionales y extranjeros; asimismo, el capital que realiza el financiamiento se ve obligado a emplearlos para conquistar a través de ellos, primeramente la realización masiva de su ciclo económico, y segundo, para legitimar las contradicciones sociales que generan la existencia y reproducción de los diferentes tipos de capitales que administran y controlan. Es decir, ambos sectores, tanto los propietarios de los medios como los grandes capitales financiadores, defienden y patrocinan el mismo proyecto de desarrollo y cohesión social para mantener el ciclo reproductivo de sus capitales y el crecimiento de sus negocios

En este sentido, el control ejercido por los financiadores se realiza de dos formas, según Esteinou, a saber:

- a) A través de la total o parcial subvención de las fracciones más poderosas de la clase económica y políticamente dirigente, a través del Estado, quien financia y ampara las operaciones de los medios con el fin de obtener el suficiente poder para orientar su producción, distribución e inculcación cultural.
- b) A través de la inversión de grandes capitales, sobre todo del sector industrial y comercial, bajo el concepto de publicidad con el fin de dar a conocer a través de estos medios sus productos en forma masiva. Si bien el control que desarrollan de esta manera no se

refiere a la naturaleza jurídica de los medios, sí logran abarcar casi la totalidad sobre el espacio de difusión.

Los patrocinadores económicos de los medios de comunicación no pueden dictar los contenidos editoriales de los medios a los que patrocinan, sin embargo, los dueños de éstos saben muy bien que sin el apoyo económico de los primeros, sus negocios se vendrían abajo muy pronto, pues el capital es elemento indispensable para continuar con el ciclo de producción, crecimiento y enriquecimiento.

Así con los “recursos dedicados a la compra de espacio en los periódicos y revistas, y tiempo en las radiodifusoras y televisores, los publicistas se convierten en los dictadores del contenido editorial y de programación de los modernos medios de comunicación y los orientan hacia la enajenación del lector, radioyente y espectador para elevar constantemente sus niveles de consumo.”¹¹

En este mismo sentido, Martínez Terrero dice que “el único objetivo de las empresas anunciantes es la utilización de los Medios de Comunicación Social para un aumento en la venta de sus productos y la consolidación del sistema. (...) los Medios de Comunicación Social dependen por completo de tales empresas anunciantes ya que es su única fuente de intereses”.¹²

- El marco jurídico

Javier Esteinou continúa con el tercer elemento de control de los medios de comunicación de masas, el cual se refiere a la regulación jurídica

¹¹ “Anatomía de la Publicidad en México” p. 86

¹² MARTÍNEZ Terrero, Jesús *Estructura de Poder de los Medios de Masas* en “Economía, Comunicación y Desarrollo”. Boletín RADIODIENTS UNDA-AL N° 62 p. 86

que las fracciones del sector hegemónico ejercen en ellos a través del Estado y sus funcionarios especializados, quienes crean una enorme y complicada superestructura de regulación jurídica que fija los límites y las pautas sociales que deben observar los medios en su comportamiento.

Lo que la clase en el poder obtiene es el reconocimiento oficial y jurídico como instancia que determina valorativamente acerca de la legalidad de las prácticas culturales que se realizan; la autoriza a juzgar cuándo son lícitas o ilícitas las acciones que desarrollan los medios y a legitimar su misión de censura, represión o destrucción en nombre de la ley, del bien común y del orden público a aquellos medios que intenten crear o apoyar el surgimiento de una nueva conciencia que organice y movilice a los sectores mayoritarios en función del establecimiento de un nuevo proyecto político de relaciones sociales alternativas.

De esta manera, concluye Esteinou, mediante la intervención de diversas estructuras de mediación que hemos mencionado: propiedad, financiamiento y marco jurídico, el capital logra orientar la función ideológica de los principales medios de comunicación de masas, hacia la realización constante de su proyecto de reproducción y mantenimiento del orden actual de cosas, con su consecuente repercusión, la reproducción de capitales y de poder.

El investigador Diego Portales asegura que las formas de comunicación organizadas de racionalidad comercial han coexistido junto con las de propósitos culturales, pero el surgimiento de el sistema transnacional de comunicaciones ha generalizado el carácter comercial de los medios. En este sentido, no se refiere ya a una comunicación comercial local, sino que se ha generalizado hasta establecer pautas mundiales de dominación, lo que

necesariamente presupone una producción industrial de mensajes de tal manera que puedan ser difundidos a escala mundial, así como la obtención de máximas tasas de ganancias y expansión.

Asimismo afirma que el sistema transnacional de comunicaciones se caracteriza por: a) la producción industrial de materiales portadores de mensajes y su transmisión por medios de comunicación de masas, de alcance planetario; b) la difusión vertical y unidireccional de mensajes, "un emisor instalado en las alturas de su potestad tecnológica (empresas oligopólicas) y una multitud de receptores atomizados"¹³; y c) una tendencia a la exclusión de vastos sectores sociales de la posibilidad de emisión de mensajes y de los contenidos cuestionadores de los principios de organización de la comunicación transnacional y del sistema global en que se encuentra.

Fernando Reyes Matta dice que la creación de la comunicación dominante se cimienta en la "libertad de prensa", donde una empresa se otorga el privilegio de ser poseedora, en nombre de la sociedad, del derecho de información perteneciente a todos. "Concentra poder, determina contenidos, impone una agenda a la opinión pública y (...) lo que está dominando son sus propios intereses, reflejo de la estructura de poder económico en la que esa empresa informativa se haya inserta."¹⁴ Sin embargo, ésta no es honesta como se plantea, en realidad lo que fomenta, difunde y provoca es el sostén de un "orden" donde sus intereses son satisfechos y sus beneficios reproducidos, aún cuando se erija como neutral, objetiva y factual.

¹³ PORTALES, Diego. *Comunicación alternativa y cambio social* "Perspectivas de la comunicación alternativa en América Latina" p. 90

¹⁴ REYES Matta, Fernando. *Op. cit.* p. 104

Máximo Simpson dice que el discurso autoritario -el cúmulo de mensajes articulados que emiten los medios de comunicación dominante- es proselitista por experiencia, ve al receptor como objeto y lo convierte en simple receptor de comunicados, mientras que los que lo emiten se erigen como propietarios, administradores y portadores del saber. Es un discurso que surge siempre desde posiciones de poder, políticas o económicas, por parte de los deseosos de mantener el *status quo*.

Asimismo, para Simpson, es insoslayable el carácter antidemocrático de la comunicación dominante, atribuido no por el factor tecnológico de los medios, sino que deriva de la posesión monopólica de los mismos por parte de las clases dominantes y de su racionalidad mercantil.

Prieto Castillo afirma que la esencia de la comunicación dominante es el autoritarismo, de la organización autoritaria de la sociedad. En sí, un proceso autoritario implica la elaboración, difusión y lectura, al servicio de los intereses de quienes tiene el poder y no de otros sectores de la población, los más desposeídos.

- **Elaboración:** Queda en manos de especialistas cuya función es diseñar mensajes para que logren un máximo de impacto en el público, que conlleve la mínima cantidad de información sobre la realidad de las cuestiones esenciales.
- **Difusión:** Consiste en el monopolio de la distribución de mensajes, que se ejerce tanto en los medios impresos como en los audiovisuales.

- Lectura: Se trata de conseguir una aceptación generalizada de las versiones dominantes, una postura acrítica.

La comunicación está conformada, por lo tanto, por mensajes y Prieto los denomina de “estructura autoritaria” cuando “mediante un exceso de redundancia en los signos que incluye, busca proporcionar una información, y sólo una, al receptor (...) cuando, por la forma en que ha sido conformado, intenta ofrecer una versión distorsionante y única del objeto o de la situación a la que se refiere”.¹⁵ Son mensajes cuyos signos han sido seleccionados y combinados para llevar al receptor a una sola interpretación: la que le interesa al emisor.

Lo que se intenta es desviar la atención de los receptores hacia una serie de temas que no son causa de polémica, crítica y reflexión, o si son inevitables, se intenta dar la versión más ligera posible para que no fomente el razonamiento de los que reciben los mensajes. Mientras menos versiones de un objeto o tema se presenten al público, menos información tendrá para analizar y, si esa versión es benévola y superficial, el receptor la pasa por alto como única y la acepta para su conducta.

Para este efecto, el emisor apela a varios recursos para lograr su cometido, entre ellos, la *retórica*, como la programación estricta de un mensaje y prever en qué forma impactará al receptor; el exceso de *redundancia*, en la que busca proporcionar una y sólo una, información al receptor acentuando lo ya evidente y dándole una oportunidad de interpretación exclusivamente.

¹⁵ PRIETO Castillo, Daniel. *Op.cit.* p. 103

También se recurre a la *calificación*, en donde lo que se presente es también calificado; la *metáfora* que dice “a los gritos aquello que quiere que el receptor interprete”; la *pobreza referencial*, ya que no presentan a fondo un problema o aluden a él mediante mil rodeos; y dentro de ésta última, el *parcelamiento referencial*, el cual presenta de la realidad aspectos puntuales, aislados, como algo válido en sí mismo. Los mensajes de estructura autoritaria se caracterizan por la evaluación que ya viene ofrecida al receptor.

La influencia que el emisor pueda ejercer sobre los receptores es determinante, ya que de ella depende la continuidad de la situación es que vive, la permanencia de las relaciones sociales, lo que está en juego es la estabilidad de toda una clase social.

El emisor no se refiere al periodista que escribió el artículo o el reportero que cubrió la nota por televisión, ni siquiera al grupo editorial o al director del medio, “el emisor de los mensajes comprendidos en la información colectiva no es nunca tal o cual periodista, ni siquiera la totalidad de ellos, ni siquiera todo el personal de un periódico. El emisor es siempre el grupo social al cual representa, para el cual trabaja la gente (periodista, editorialista, reportero, fotógrafo, etc.)”¹⁶, es decir, los dueños de los medios, los inversionistas o patrocinadores, el grupo en el poder a través del gobierno, etc.

Una vez realizado el recorrido de una serie de conceptos y aproximaciones a la comunicación dominante, hegemónica, transnacional o

¹⁶ *Ibidem* p. 35

autoritaria, es posible hacer hincapié en los elementos que, a nuestro juicio, son comunes a todas, o por lo menos dejan entreverse:

- Esfuerzo por el mantenimiento del *status quo* y de la reproducción del orden social vigente.
- Comunicación vertical o piramidal (un pequeño grupo emisor en posición más alta a un extendido grupo de receptores no participantes).
- Influencias de grupos política o económicamente poderosos.
- Visión parcial de la realidad, con la intención de aparecer como única y verdadera, justificable en sí misma.
- Superficialidad del contenido del mensaje.
- Utilización de la retórica.

Éstos no son elementos atribuibles a los medios en sí, sino a los procesos de comunicación que se tejen en los medios de comunicación masiva influenciados por un enfoque dominante. Es relevante mencionar que no necesariamente deben ser en procesos capitalistas, sino que en los socialistas, como Fontcuberta lo mencionó claramente, también es posible y muy factible encontrar procesos de comunicación hegemónico.

Ahora bien, aunque las claras intenciones de los grupos en el poder, económico y político, sean que la gran cantidad de receptores actúe y se conduzca tal y como le dicen los medios bajo su mando que hagan, afortunadamente existen procesos de comunicación alternativos a ésta, que manifiestan claramente la gran cantidad de contradicciones sociales que existen en las sociedades y que, si bien no equilibran completamente la

situación, sí ofrecen "otra" vía de relaciones comunicacionales. "Pero el monopolio en la elaboración y difusión no implica automáticamente una conciencia colonizada y una conducta dirigida desde afuera (...) es un intento muchas veces logrado, pero que no puede eliminar todas las contradicciones sociales"¹⁷ por más que pretenda ocultarlas.

1.2. COMUNICACIÓN ALTERNATIVA.

Inicialmente, debemos especificar que no existe una definición única de lo alternativo, o mejor dicho, de la comunicación alternativa. En muchas ocasiones, se define como la comunicación que se da fuera de los medios de comunicación de masas; en otras, la izquierda la ha adoptado como suya y se ha apropiado del término por estar en contraparte del grupo en el poder; también puede referirse a un tipo diferente de propiedad y control de los medios, o bien puede aludir a las relaciones comunicacionales que se establecen en un nivel medio como volantes, grafiti o mítines.

Armando Cassigoli se refiere a esta imprecisión del término alternativo, ya que bajo este concepto se han agrupado varios y muy diversos medios: "distintos a la política oficial, proletarios sindicales y obreros; pertenecientes a los partidos de izquierda o a los de oposición; artesanales y políticamente críticos del sistema capitalista y la sociedad burguesa, clandestinos o subterráneos; y todo aquello que en un tiempo constituyó lo que los comunistas llamaron la *agitprop*, pero modernizada".¹⁸

Pero antes de caer en un relato infinitamente extenso y diverso, consideramos que sería conveniente definir el término alternativo.

¹⁷ *Ibidem* p. 115

Alternativa significa "opción entre dos cosas", elección de una cosa en lugar de otra. Entonces surge la pregunta ¿opción a qué? ¿a los medios privados? ¿a la estructura transnacional de la información-mercancía? ¿al monopolio estatal? Se imponen varias consideraciones para aclarar este punto.

Si se trata de los medios privados, ¿son alternativos los órganos de oposición política, periódicos sindicales o los canales de difusión de instituciones profesionales y culturales? Si es frente a los medios como expresión del sistema capitalista ¿acaso los medios informativos de izquierda son alternativos? O si se hablamos a alternativo al monopolio estatal ¿podemos dejar de lado los medios que surgen bajo el estímulo de organismos descentralizados o paraestatales con el fin de realizar experiencias comunicativas vinculadas a proyectos comunitarios?

Máximo Simpson nos ofrece una primera respuesta, "la opción es siempre frente a los grupos que usufructúan en provecho de sectores privilegiados (económicos y/o políticos), la propiedad y/o el control de los medios de información".¹⁸ Cabe hacer notar que en su respuesta, Simpson no alude a los medios de comunicación en sí, sino a los grupos que los controlan o poseen, para beneficios de sectores plenamente identificados como poderosos económica o políticamente. Ni siquiera a los periodistas o trabajadores de los medios, ya que ellos están contratados para realizar su trabajo en los términos que estos grupos les indiquen.

Ahora bien, la comunicación alternativa debe ser un tipo de comunicación que sea una opción frente a la comunicación dominante,

¹⁸ CASSIGOLI Armando. *Comunicación alternativa y cambio social* "Sobre la contrainformación y los así llamados medios alternativos" p.p. 63

¹⁹ SIMPSON Grinberg, Maximo. *Op. cit.* p. 143

tomando en cuenta las aproximaciones teóricas que hemos planteado respecto a la segunda, las cuales encajan con la respuesta que nos plantea Simpson en cuanto al dominio y control de los medios por parte de un grupo económica y políticamente poderoso para su propio beneficio. Pero es conveniente realizar un acercamiento teórico al concepto, y para ello recurriremos a diversas aproximaciones teóricas que investigadores en la materia han desarrollado acerca de la comunicación alternativa o la también llamada "otra comunicación".

Siguiendo con Simpson, dice que se puede considerar alternativo a un medio cuando, "en un contexto caracterizado por la existencia de sectores privilegiados que detentan el poder político, económico y cultural (...) implica una opción frente al discurso dominante"²⁰ y añade que no es sólo la manifestación de una respuesta a las estructuras transnacionales, sino de la persistencia de ciertas expresiones culturales opuestas al modelo "industrial-desarrollista de las burguesías nacionales", que ponen de relieve un cierto grado de autonomía de las culturas populares, al igual que "la importancia de la *praxis* como fuente de la conciencia colectiva".²¹

En cuanto a que implica una opción frente al discurso dominante, Simpson considera que estamos frente al problema del contenido, y lo maneja según cuatro aspectos fundamentales:

- a) Los temas elegidos, es decir, los aspectos de la realidad que se suponen de mayor o menor interés para los receptores. En este

²⁰ SIMPSON Grinberg, Maximo. *Op. cit.* "Comunicación alternativa: tendencias de la investigación en América Latina" p.p. 41

²¹ SIMPSON Grinberg, Maximo. *Ibidem* p. 47

sentido, constituye una representación de la realidad, "construida a partir de un tipo de inserción en el mundo".

- b) La jerarquización de las informaciones; se realiza de forma generalmente arbitraria por parte de los que *poseen la información para su control y manejo*.
- c) Su clasificación por secciones y su tratamiento; implica una polarización o seccionamiento de la realidad.
- d) El lenguaje, como el particular discurso del medio en un contexto específico.

Es en estos cuatro aspectos que Simpson establece que debe darse el desarrollo de la comunicación alternativa. Así como especifica que un medio alternativo debe surgir de la misma praxis social, "cuando se hace necesario para producir mensajes que encarnen concepciones diferentes u opuestas a las que difunden los medios dominantes (...) aparece vinculado siempre al propósito de *modificar en algún sentido la realidad* (...) debe ostentar una diferencia cualitativa respecto a la gran prensa (...) implica, aunque en medida variable, un cuestionamiento del status quo".²²

Para Simpson, existen varias dimensiones de lo alternativo y plantea una clasificación provisional de las mismas:

- a) Alternativa 1 (no masiva)
 - Control y propiedad colectivos del medio
 - Confluencia del principio de participación en la elección de temas y elaboración de mensaje.

- Contenido claramente abierto y antiautoritario
- Ambivalencia de papeles Emisor - Receptor
- Multidireccionalidad de mensajes
- Redes de distribución al margen de los medios masivos

b) Alternativa 2 (no masiva)

- Elección de temas y elaboración de mensajes con la participación activa de los receptores.
- Puede existir participación plena y ambivalencia Emisor - Receptor
- No multidireccionalidad
- Propiedad y control colectivos
- Confluencia del principio de participación y el carácter del discurso
- El propósito es llegar a los vecinos y/o trabajadores de cierto lugar o a los miembros de una institución.
- Difusión limitada y elaboración artesanal, aunque no necesariamente.

c) Alternativa 3 (masiva)

- Su objetivo es la difusión masiva de mensajes
- El mensaje es elaborado por un grupo reducido que posee la propiedad y ejerce el control del medio
- La comunicación es unidireccional, pero con un carácter antiautoritario de los textos.
- O bien, el mismo mensaje antiautoritario es elaborado por un pequeño grupo que, no siendo propietario del medio, sólo

²² SIMPSON Grinberg, Maximo. *Ibidem* p. 145

usufructúa el control del mismo con la libertad de elegir y jerarquizar los temas y abordarlos desde un ángulo crítico.

- Es un medio alternativo por el carácter de su mensaje.

d) Alternativa 4 (masiva)

- Los que ejercen el control y/o propiedad del medio permiten la entrada de un lenguaje antiautoritario, siempre y cuando las posibilidades y estabilidad del sistema den pie a eso.
- El lenguaje antiautoritario se expresa en secciones, columnas o programas que muestran inconformismo o crítica del *status quo*.

e) Alternativa 5 (masiva)

- Cuando un medio masivo implementa mecanismos que hagan posible el acceso de diversos sectores sociales y políticos que generan mensajes antiautoritarios.
- Propiedad y control colectivos
- Acceso a grandes sectores sociales al medio
- Carácter antiautoritario del discurso.

f) Alternativa 6 (masiva)

- Propiedad colectiva del medio por sus trabajadores
- Difusión de un mensaje antiautoritario
- Identificación de los intereses de la mayoría
- No permite el acceso, en su política editorial, a sectores ajenos.

En las anteriores, existen varios elementos en común, pero sobre todos ellos resalta el contenido del mensaje. "Porque sin discurso alternativo no hay medio alternativo" y debe ser claramente abierto y antiautoritario por la elección de temas, clasificación y tratamiento.

“Es alternativo todo medio que, en un contexto caracterizado por la existencia de sectores privilegiados que detentan el poder político, económico y cultural (...) implica una opción frente al discurso dominante, en la cual confluyen en grado variable, los sistemas de propiedad, las posibilidades de participación de los receptores en la elaboración de los mensajes, las fuentes de financiamiento y las redes de distribución.”²³

No podemos dejar de lado ciertas consideraciones teóricas generadas por acontecimientos históricos producidos en 1968 en toda Europa, Asia y América Latina, de donde surgió el término de “contrainformación”, definido como “la información que, tomada en sentido contrario a la “normal” información, le chupa la sangre”.²⁴ O en otros términos, “la contrainformación se realiza (...) a espaldas de la información normal”.²⁵ Entonces, la contrainformación no se refiere a los medios alternativos simplemente, sino a una interpretación política del mensaje oficial.

Por otro lado, para Fernando Reyes Matta, la comunicación alternativa “ubica a todas las formas de comunicación que emergen como respuesta al sistema dominante (...) las experiencias de comunicación alternativa se inscriben en el proceso de liberación de los pueblos y en la promoción de una democratización efectiva”.²⁶ Para Reyes Matta la comunicación alternativa es participativa por definición, ya que emerge y se sostiene por su capacidad de expresar a ciertos sectores postergados y está estrechamente vinculada a ellos; es participativa, porque es expresión de una realidad participativa, es promotora del cambio y de la democratización. Y añade,

²³ SIMPSON Grinberg, Maximo. *Ibidem* p. 149

²⁴ PÍO Baldelli. *Informazione e Contrainformazione*. Milano, Mazzotta, 1972

²⁵ *Comunicazioni di massa*. Milano, Enciclopedia Feltrinelli-Fischer. No. 34, 1974

²⁶ REYES Matta, Fernando. *Op. cit.* p. 122

que toda comunicación alternativa se plantea inicialmente como un fenómeno marginal: es un sector o un grupo minoritario el que echa a andar al medio; en la medida que va haciéndose fuerte y forma parte de la "praxis social", deja de ser marginal y pasa a ser expresión alternativa.

Claudio Aguirre-Bianchi, por su parte, señala respecto a la comunicación alternativa varios puntos a retomar:

- Un medio o sistema de comunicación es alternativo cuando incorpora nuevos actores, voces al diálogo colectivo, éste se expande y la sociedad se vuelve más compleja, pluralista y democrática.
- La movilización social es fundamental en la alternatividad del medio.
- Quienes pugnan por la comunicación alternativa exigen la realización de su propio derecho a tener voz pública.

Es conveniente señalar, que la narración de estas aproximaciones y consideraciones teóricas que los investigadores han señalado, nos servirán para realizar un análisis de los elementos que consideremos comunes para, después, realizar nuestra propia aproximación, que nos sirva de base para nuestros razonamientos y aplicaciones a la práctica posteriores.

Para Mar de Fontcuberta, una comunicación será alternativa en la medida que subvierta un orden moral, político, social, económico, tecnológico, cultural, simbólico e ideológico. Además de que debe considerarse más como una praxis, que como una corriente teórica. En este sentido, Fontcuberta señala varios condicionantes sobre los que pueden presentarse elementos alternativos: la *calidad* y *cualidad* del emisor; el *lenguaje* empleado por el mismo en su mensaje; la *pluridad* de

decodificación del mismo y su *contexto*; las *posibilidades* y *limitaciones* del medio; la *homogeneidad* y/o *heterogeneidad* del receptor y la *imprevisibilidad* y *reversión* de los efectos de la comunicación.²⁷

Asimismo, prácticas anteriores de alternatividad en los medios de comunicación han aportado *elementos alternativos* posibles de identificar en uno o más de ellos. No es necesario que se encuentren todos, pero sí se han propuesto:

- Un lenguaje que huye de la redundancia y el estereotipo
- Intento de ruptura del discurso tradicional
- Una forma de producción comunicativa deferente que presupone un intento de “no división social del trabajo”
- Puesta en cuestión de la comunicación oficial y “establecida”
- Contrainformación

Miquel de Moragas y Emilio Prado definen a la comunicación alternativa como un proceso que permite una inversión de signo respecto a la “comunicación dominante”. Inversión que puede situarse en diversos niveles y funciones: a nivel de contenido, de la naturaleza del proceso que se establece y a nivel de la función social que se derive de los dos anteriores.²⁸

²⁷ FONTCUBERTA, Mar de. *Op. cit.* p. 72

²⁸ MORAGAS, Miquel de y Emilio Prado. *Ubicación tipológica de la cultura popular y la comunicación alternativa*” Ponencia presentada al Congreso Democracia y Comunicación. Barcelona, Septiembre 1982, p.13

José Ignacio Rey afirma que cualquier propuesta de comunicación que pretenda ser alternativa debe presuponer el rechazo fundamental de la estructura comunicacional vigente.²⁹

Para Ernesto Vera, periodista y ex-presidente de la FELAP (Federación Latinoamericana de Periodistas), la comunicación alternativa surge como respuesta a las instituciones creadas desde hace mucho tiempo, las cuales ya no responden a las necesidades, intereses y derechos de los habitantes de la sociedad a la que pertenecen. Ésta posee varios elementos que la caracterizan con claridad, de los cuales tres son de vital importancia:

- La fuerza que le aporta una *praxis social*, es decir, cuando se hace necesario para producir mensajes que encarnen concepciones diferentes u opuestas a las que difunden los medios dominantes.
- Su carácter contestatario, que le permite la polémica y discusión de cualquier tema que despierte el interés de la gente.
- El carácter *alterativo* del mensaje, ya que altera el status quo en favor de los intereses nacionales. Aparece como parte de una actividad que lo trasciende, vinculado siempre al propósito de modificar algún sentido de la realidad.

Diego Portales considera que frente al dominio sobre la información de los grandes oligopolios, que producen sus mensajes de manera industrial y mantienen flujos verticales y unidireccionales de comunicación y transmiten un contenido conservador del status quo transnacional, habría que crear una comunicación con medios propiedad de organizaciones sociales, con

²⁹ REY José Ignacio. *Comunicación alternativa y comunicación popular* en “Comunicación”

producción artesanal de mensajes, flujos horizontales multidireccionales de comunicación, acceso amplio de sectores sociales a la emisión y transmisión de contenidos favorables al cambio.³⁰

Por otra parte, Enzensberger³¹ distingue el uso represivo y el uso emancipador de los medio, en donde:

Uso represivo	Uso emancipador
• programa de control central	• programas descentralizados
• un transmisor; muchos receptores	• cada receptor; un transmisor en potencia
• inmovilización de individuos aislados	• movilización de masas
• conducta pasiva respecto al consumo	• interacción de los participantes
• proceso de despolitización	• proceso de aprendizaje político
• producción de especialistas	• producción colectiva
• control de propietarios o burócratas	• control socializado por organizaciones autogestoras

Prieto Castillo hace hincapié en que se ha sobrevalorado sobremanera la noción del retorno en la comunicación alternativa, y se pregunta ¿qué sucede cuando el mensaje es motivador de contactos entre otras seres de la misma clase?, ¿cuando, sin que exista retorno para el emisor, se produce a través de los mensajes una posibilidad de ampliar los límites de la conciencia? ¿cuando se generaliza un debate, no entre emisor y receptor, sino entre los mismos receptores? Y agrega que en una "alternativa al

núm. 28-29, 1980

³⁰ PORTALES, Diego. *Comunicación alternativa y cambio social* "Perspectivas de la comunicación alternativa en América Latina" p.p. 89

³¹ ENZENSBERGER, Hans Magnus. *Elementos para una teoría de los medios de comunicación* p.p. 22

proceso de comunicación autoritario se busca la participación del receptor que, de punto terminal, puede convertirse en punto reactivo crítico".³²

Sin embargo, una vez que se ha tomado conciencia de lo que no hay que hacer, el paso siguiente es elaborar mensajes distintos a los que circulan y están conformados como textos de estructura autoritaria. "La elaboración participativa del texto implica el proceso de producción del sentido sin la presencia del héroe y admiradores, sin el verticalismo, sin la apelación a lugares comunes."³³ Elaboración que debe ser realizada mediante todas las formas de expresión: palabra hablada, escrita, el gesto, las imágenes, los objetos de tal manera que cumpla con una función de servicio y reflexión.

Sin embargo, las consideraciones hechas a acerca de la comunicación alternativa no son siempre tan benévolas o alentadoras. Por ejemplo, Armando Cassigoli asegura que la comunicación alternativa, a través de sus medios, no es más que "ruido", "ya que simplemente ensucia el mensaje normal que recibimos a través de los aparatos ideológicos del Estado. Algunas veces, estos medios alternativos, que muy poco se leen, satisfacen apenas un sentimiento de culpabilidad de aquellos que los realizan, elevan la sensación del deber cumplido de sus propagadores y apenas constituyen un factor entrópico frente al mundo de los circuitos informativos de los grupos dominantes."³⁴

Una vez hechas las aproximaciones teóricas de diversos investigadores y de muy variadas corrientes teóricas, es posible realizar nuestras propias consideraciones a manera de esquema. Cabe mencionar que las

³² PRIETO Castillo, Daniel. *Op. cit.* p. 139

³³ PRIETO Castillo, Daniel. *Op. cit.* p. 142

³⁴ CASSIGOLI, Armando. *Op. cit.* p. 69

características que mencionaremos a continuación pueden encontrarse aisladas, unas cuantas, o en diferentes niveles, en las manifestaciones que se llaman a sí mismas de comunicación alternativa, o que se han expresado como tales.

En los fenómenos sociales no podemos hablar de un blanco puro o de un negro absoluto, sino que existe una infinita gama de grises, que debemos analizar y tratar de ubicar. No hablamos, para nada, en una aplicar etiquetas, sino en aterrizar los análisis teóricos en sucesos y acontecimientos de la vida real, con todos sus matices.

Para nosotros, la comunicación alternativa se expresa, en una o varias, de la siguientes características:

- Es resultado de la praxis social
- Expresa y fomenta un rechazo al orden comunicacional vigente
- Es incitadora de la reflexión y la crítica
- Cuestiona el *status quo*
- Se encuentra generalmente vinculado a movimientos sociales (culturales, de desarrollo comunitario, políticos, etc.)
- Mantiene un flujo horizontal y multidireccional
- Permite el acceso a varios sectores sociales
- Puede permitir la retroalimentación
- Tiene un contenido claramente antiautoritario

1.2.1. LOS MEDIOS PARA LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA

Cabe hacer hincapié que, aunque la comunicación alternativa es un proceso que se manifiesta más claramente en la llamada comunicación interpersonal y grupal, los medios masivos no tienen por qué estar excluidos

de ésta. Al contrario, varias de las expresiones de la comunicación alternativa se encuentran en los medios masivos, que no necesariamente por la unidireccionalidad de su mensaje, dejan de considerarse alternativos.

Los medios alternativos no necesitan ser necesariamente internos a una organización, al margen o contra los mass media, sino que también puede apoyarse en éstos últimos para alcanzar sus objetivos. La idea no es hacer una comunicación "alternativa" a los medios masivos, sino que se sirva de ellos, los utilice con igual o mayor eficacia que la dominante.

Recordemos la división de niveles de alternatividad que hace Reyes Matta, donde 4 de sus 6 niveles se consideran masivos, y las características que los definen como tales no se refiere nada más a la propiedad y control de los medios, sino del carácter de su discurso o la participación de los receptores en la selección y jerarquización de los temas a desarrollar.

Desde una hoja de papel con un texto impreso (volantes) hasta emisiones radiofónicas u televisas con carácter antiautoritario son considerados medios para la comunicación alternativa. Si los propietarios o controladores de los medios son un grupos de trabajadores organizados en una cooperativa o una institución educativa, un grupo de amas de casa o los propios periodistas, si constituye una opción a los mensajes que emiten los medios de comunicación dominantes, son considerados alternativos.

Para Fernando Reyes Matta, la comunicación alternativa puede expresarse a través de diversos medios:

- a) Agencias noticiosas de alcance nacional e internacional con información útil al conocimiento, comprensión y dinámica del desarrollo participativo y solidario.

-
- b) Periódicos y Revistas, producidos dentro de las normas de tipo industrial y distribuidos dentro de este marco, pero cuyos contenidos se ubican en la posición crítica al modelo de desarrollo imperante y estimulan la formación de grandes sectores sociales conscientes e informados.
 - c) Programas de radio - muy excepcionalmente de televisión - que establecen un tipo de lenguaje, de difusión musical y de ciertas noticias que les convierten en instrumento de expresión y motivación de sectores importantes de la sociedad afectada por la dominación.
 - d) Revistas, producidas a partir de organismos sociales o experiencias ajenas al sistema industrial, cuya producción y circulación sale de la industria, pero cuyo impacto puede ser profundo por el nivel de identificación que encuentra en aquellos sectores a los que representa.
 - e) Discos y cassettes, portadores de música representativos de una cultura contestataria a la cultura impuesta por el sistema comercial dominante.
 - f) Videocassettes como instrumento de información, entretenimiento y orientación en diversos niveles de la sociedad, especialmente en los urbanos y rurales relegados.
 - g) Grupos de cine alternativo, tanto industrial como de 16 mm. y Super 8, cuya tarea es tanto registrar el quehacer popular como difundir un mensaje filmado que impulse la toma de conciencia de los espectadores.

-
- h) Grupos de teatro, que insertan su temática dentro de la realidad social que les envuelve y son expresión de las contradicciones de la sociedad, especialmente de las injustas consecuencias económicas y sociales de la implantación del modelo transnacional.
 - i) Grupos de arte que extrapolan su capacidad estética al campo de diversas experiencias en que el "arte junto al pueblo" encuentra motivaciones y se hace expresión de las aspiraciones populares más significativas.
 - j) Festivales y encuentros donde la interacción de trabajadores, estudiantes, artistas crea un lugar común y ratifica la legitimidad de lo alternativo como instrumento de cambio y crítico del sistema.

Los medios mencionados anteriormente han sufrido adecuaciones y adelantos tecnológicos, por lo que ahora también se ha utilizado el video en cassettes VHS y 8 mm. en diferentes comunidades indígenas y rurales de México. Es decir, los medios alternativos no se han quedado estancados en cuanto a vanguardia tecnológica. Si bien, el aspecto económico los obliga a estar siempre un paso atrás de los medios de la comunicación dominante, han tratado de no estancarse en cuanto a las vías de expresión que ofrecen.

C A P Í T U L O 2

LA RADIO, UN MEDIO PARA LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA

CAPÍTULO 2

LA RADIO, UN MEDIO PARA LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA

Fernando Curiel dice que "la voz *radio* es apócope de radiodifusión, vocablo que comprende tanto la radiodifusión sonora (radio) como la radiodifusión audiovisual (televisión)".¹ En este trabajo nos referiremos exclusivamente a la radiodifusión sonora o radio.

Técnicamente, la radiodifusión significa "acción de difundir un acto sonoro por medio de la radiotelefonía, aunque se da este nombre al hecho indicado, pero determinado por su específico carácter de medio exclusivamente sonoro que mediante la palabra, música o el ruido, bien solos o combinados entre sí, producen la comunicación auditiva de información, esparcimiento, educación o de todo ello en el público oyente".²

Según el Diccionario Básico de Comunicación, "la radiodifusión es la explotación comercial de la transmisión de señales por medio de ondas electromagnéticas inalámbricas o cualquier otro conducto material"³. Para tomarla como primera definición, se cuestiona lo de "explotación comercial", ya que nuestra investigación se inclina por la "no explotación comercial" de las transmisiones radiofónicas. No por esto se descarta totalmente la definición propuesta, sobre todo desde el sentido técnico, pero ¿dónde quedan entonces las radios libres, piratas o comunitarias?

¹ CURIEL Fernando. *La telaraña magnética* Ed. Premia, p. 32

² DE LA MOTA, Ignacio. *Diccionario de la comunicación*. Tomo II. Ed. Paraninfo, S.A. España, 1988 p. 239

³ KATZ, Chaim S. et.al. *Diccionario básico de comunicación*. Ed. Nueva Imagen, p. 407

Sin bien la mayoría de las transmisiones radiales se centran en música, publicidad y noticiarios, existe un pequeño porcentaje de radios (que son nuestro tema de interés) que transmiten para las comunidades, reflejan sus necesidades, intereses y derechos, tal y como lo plantea la comunicación alternativa.

Nos encontramos ante un panorama del espectro de radiodifusión de la República Mexicana en donde el 86.8% corresponde a emisoras comerciales (concesionadas) y sólo el 13.2% tiene el régimen de permisionada. (Ver siguiente cuadro)

RADIODIFUSORAS POR ENTIDAD FEDERATIVA

ENTIDAD FEDERATIVA	AM		FM		SUMA CONC.	SUMA PERM.	TOTAL
	CONC.	PERM.	CONC.	PERM.			
Aguascalientes	10	2	5	1	15	3	18
Baja California	32	1	29	4	61	5	66
Baja California Sur	10	2	9	0	19	2	21
Campeche	9	4	2	0	11	4	15
Coahuila	39	2	22	1	61	3	64
Colima	11	1	4	0	15	1	16
Chiapas	26	6	6	0	32	6	38
Chihuahua	50	2	20	1	70	3	73
Distrito Federal	29	2	23	4	52	6	58
Durango	15	1	2	1	17	2	19
Guanajuato	34	2	14	3	48	5	53
Guerrero	23	7	11	2	34	9	43
Hidalgo	6	6	4	3	10	9	19
Jalisco	44	3	24	3	68	6	74
Edo. de México	8	5	8	4	16	9	25
Michoacán	36	3	6	0	42	3	45
Morelos	4	1	13	3	17	4	21
Nayarit	14	2	2	0	16	2	18
Nuevo León	28	1	22	10	50	11	61
Oaxaca	22	11	5	3	27	14	41
Puebla	19	1	14	2	33	3	36
Querétaro	9	2	7	1	16	3	19
Quintana Roo	8	5	3	1	11	6	17
San Luis Potosí	19	2	8	1	27	3	30
Sinaloa	34	2	10	1	44	3	47
Sonora	49	1	18	13	67	14	81
Tabasco	13	1	6	5	19	6	25
Tamaulipas	43	3	24	9	67	12	79
Tlaxcala	3	0	2	1	5	1	6
Veracruz	63	4	22	0	85	4	89
Yucatán	15	2	6	1	21	3	24
Zacatecas	14	0	4	1	18	1	19
TOTALES	739	87	355	79	1094	166	1260

Para Fernando Curiel, la radios alternativas "oponen, al sistema "Hiperconcentrado" de la radio pública (Europa) o comercial (Estados Unidos) un sistema antagónico, miniaturizado. Abriendo, de esta forma, el camino de la pluralidad cultural y lingüística. La palabra que la radio perifonee debe ser la que habla mi comunidad (entre más pequeña, más diferenciada)."⁴ El investigador Gustavo Esteva, señala que la radio alternativa ("otra radio") es aquella que pretende trasladar "el proceso de comunicación del interés particular al interés social, de la acción individualista a la acción solidaria; del interés del público al interés público".⁵

Según un folleto sobre radios libres editado por la primera radio libre del Estado español "Onda Lliure" en 1979, Mar de Fontcuberta cita, "la experiencia alternativa de radios libres y autónomas supone una respuesta a este intento de control descarado o encubierto de la información por parte del poder y de la oposición institucionalizada".⁶ Y continúa explicando sus objetivos generales:

- Plantear como eje central de la comunicación alternativa el derecho a informar con entera libertad nuestra realidad, como contraparte del derecho de ser informado. Las radios libres deben ser el instrumento para desarrollar la capacidad y necesidad de informar por parte de todo el mundo. Deben ser usadas para potenciar la capacidad de emitir, transformar y criticar.

⁴ CURIEL Fernando. *Op. cit.* p. 13

⁵ ESTEVA, Gustavo. "El Estado y los Medios". *El Estado y la Televisión*. Revista Nueva Política, vol. 1, No. 3, 1976. México, p. 37

- Desarrollar el que las radios libres sean el vehículo de expresión de realidades de base, frente a la manipulación de la información y la visión elitista de clase y burocracias dominantes.
- Desarrollar una ofensiva ideológica y práctica, frente a la alienación ideológica del sistema que ya no convence, sino que se impone.
- Ejercer el derecho a expresarse abiertamente y a la creatividad, frente a la colonización que el sistema ejerce sobre la cultura.

Al margen de todo compromiso con el poder, el desarrollo de las radios libres las liga a los denominados movimientos marginales. "Entendemos como un objetivo prioritario y global de la radio libre el de dar la palabra a la GENTE (...). Cuando hablamos de GENTE nos referimos a sectores que actualmente están marginados de un proceso comunicativo."⁷

"Las radios libres surgieron como *portadoras de los sin voz*, impulsoras de una nueva comunicación más interpersonal, (...) supusieron un intento de lograr a través del avance tecnológico una rehumanización de la comunicación."⁸

2.1. ¿POR QUÉ RADIO?

La comunicación alternativa se presenta en todos los medios y canales de expresión, sean impresos o audiovisuales. Y como dijimos anteriormente, la idea es que la comunicación alternativa no se quede sólo en los medios

⁶ FONTCUBERTA, Mar de. *Alternativas en comunicación*. Ed. Mitre, p. 110. Extraído del folleto colectivo "Onda Lliure" editado en Barcelona, 1979, p.p. 4 y 5

⁷ FONTCUBERTA. Extraído del folleto colectivo "Onda Lliure" editado en Barcelona, 1979, p. 13

⁸ FONTCUBERTA, Mar de. *Op. cit.* p. 111 (El subrayado es mío)

de alcance grupal o interpersonal, sino que se fortifique con los *mass media*. Televisión, prensa, radio, etc. son medios masivos en los que se puede expresar la comunicación alternativa.

Tal y como planteó Bertolt Brecht en *Teoría de la Radio*, "La radiodifusión podría ser el más gigantesco medio de comunicación imaginable en la vida pública, un inmenso sistema de canalización. Esto es, lo sería si no fuera sólo capaz de emitir, sino también de recibir; en otras palabras: si consiguiese que el oyente no sólo escuchase, sino que también hablase, que no permaneciera aislado, sino relacionado."⁹

Y precisamente esa es la idea de la comunicación alternativa en radio. No confundir con el servicio comunicativo que podría prestar un teléfono, a nivel interpersonal, sino una clara comunicación entre emisores y receptores, donde ambos participen en el proceso acerca de lo que les interesa o necesitan escuchar y hablar. "Se conseguiría la 'comunicación colectiva ideal' cuyo objeto último es la 'interacción', el proceso de asunción mutua de papeles por los dos polos de la misma (...) recurriendo a la información y estímulo social, así como al debate y al intercambio de los roles comunicacionales."¹⁰

Técnica y socialmente, la radio posee características únicas, como medio, para facilitar y favorecer estas manifestaciones.

Se trata, antes que nada, de un medio de comunicación masivo, es decir, se destina a un grupo mayoritario más allá de un cartel, unos volantes

⁹ BRECHT, Bertolt. "Teoría de la Radio". *El compromiso en la literatura y el arte* Ed. Península, p. 89

¹⁰ PRADO Emilio. *Estructura de la información radiofónica*. Ed. Mitre, p. 14

o el graffiti - que también son parte de la comunicación alternativa -. Dependiendo de las posibilidades técnicas que tenga cada emisora, su alcance es de varios kilómetros a la redonda, si no internacional.

En cuestión de información, la *actualidad* y la *rapidez* son sus aspectos más relevantes en cuanto a difusión, por lo que la *simultaneidad* y la *inmediatez* (características esenciales de la tecnología radiofónica) prestan un gran servicio a la información.

“La radio como medio informativo puede jugar un papel muy diferente, pues además de transmitir lo más rápidamente posible los acontecimientos actuales, puede aumentar la comprensión pública a través de la *explicación* y el *análisis*.”¹¹

Asimismo, tiene la capacidad de ser entendida por un público muy diverso, al no exigir un conocimiento especializado para la decodificación y recepción en las condiciones más diversas. Puede comunicar a un público que no necesita una formación específica para descodificar el mensaje (aunque si bien debe conocer la lengua o idioma en el que se está transmitiendo). Este es un hecho de gran importancia, sobre todo en el caso de un público que no sabe leer, pero aún más para aquellos que no quieren o no tienen tiempo de leer.

“La radio juega un papel informativo relevante en las sociedades subdesarrolladas con un porcentaje elevado de analfabetos (reales o funcionales) (...) o en las sociedades superdesarrolladas en las que la organización del tiempo aboca a los buscadores de información a recogerla

¹¹ PRADO Emilio. *Ibidem* p. 23

en la radio ya que les permite realizar otras actividades simultáneamente.¹² Debido a su movilidad, la radio facilita que la recepción del mensaje sea compatible con otras actividades, en especial con las de carácter manual.

Los medios de comunicación impresos requieren de una formación específica para poder transmitir su mensaje: saber leer; además de que las sociedades se encuentran hoy en día en pleno auge de la cultura audiovisual, que desplaza a segundo término la cultura impresa. Hay que considerar que la mayor parte de la población a la que está dirigida la comunicación alternativa es analfabeta, además de que no comparte el mismo idioma. Muchos grupos comparten y hablan sus lenguas indígenas y étnicas, de tal manera, que serían necesarias muchas ediciones periodísticas o impresas para satisfacer las necesidades de cada región.

Centrándonos en los medios audiovisuales, la televisión y la radio, existen también notables diferencias que colocan a la radio, una vez más, como el medio más viable para la transmisión de la comunicación alternativa. En cuanto a recepción, los aparatos receptores de radio son comparativamente más económicos y portátiles que los de televisión, que si bien hay televisores portátiles miniatura, su costo es realmente elevado junto al de un radio de transistores.

Por otro lado, los recursos necesarios, económicos y humanos para la transmisión son mucho más costosos y elevados en televisión que los que requiere una transmisión radial.

¹² PRADO Emilio. *Ibidem* p. 24

Asimismo, el espacio aéreo que ocupa una transmisión radial es más viable y factible que la que ocupa la transmisión televisiva, que implica satélites y un espectro mucho más reducido que el de radio. "El signo sonoro no depende de su localización sino de su omnisciencia, del hecho de que colma el espacio."¹³ La radio no tiene el problema de un límite marcado por el papel o la pantalla, los sonidos crean y recrean situaciones, acontecimientos, imágenes, que en otros medios deben ser limitadas por espacio, "la dimensión del Sonido es el Tiempo, que no el Espacio."¹⁴ Además, la señal radiofónica puede ser captada en zonas extremadamente inaccesibles para otros medios de comunicación, impresos o audiovisuales, "hay zonas geográficas, áreas sociales, mensajes específicos, intenciones de participación social, que sólo pueden ser atendidas por este medio de comunicación."¹⁵

Las transmisiones radiales se encuentran en todos lados, "el espacio auditivo no tiene ningún foco preferente. Es una esfera sin fronteras fijas, un espacio construido por la cosa misma, no un espacio que contiene a la cosa (como los periódicos). No es un espacio pictórico, encerrado, sino dinámico, siempre fluyente, que crea sus propias dimensiones, momento tras momento. No tiene límites fijos, es indiferente al fondo. El ojo enfoca, señala, abstrae, localiza cada objeto en el espacio físico contra un fondo; el oído recoge el sonido procedente de cualquier dirección. (...) Podemos cerrar el campo visual cerrando simplemente nuestros ojos, pero estamos obligados a responder siempre al sonido."¹⁶ Y continúa "el Respetable

¹³ CURIEL Fernando. *Op. cit.* p. 29

¹⁴ CURIEL Fernando. *Ibidem* p. 19

¹⁵ ROMO, Cristina. *La otra radio*. IMER y Fundación Manuel Buendía, A.C. 1990. p. 5

¹⁶ CARPENTER, McLuhan. *El aula sin muros*. Ed. Laia. p. 90

Auditorio es un espectador ciego y mudo (...) mientras los signos visuales son cancelables, escuchamos todo el tiempo.”¹⁷

La radio proporciona una mayor flexibilidad en la forma de los mensajes, ya que las transmisiones pueden hacerse en cualquier idioma o lengua o es posible su retransmisión en varias lenguas sin tener que perder mucho tiempo o dinero. Emilio Prado convierte esta característica en exigencia para la transmisión radiofónica, “el lenguaje oral en la radio debe utilizar un vocabulario de uso corriente, optando siempre por la aceptación más común de un término, evitando al máximo la utilización de terminología perteneciente a la técnica y a las ciencias.”¹⁸ Se utiliza un lenguaje común y sencillo, que facilita aún más la comprensión de los mensajes.

Una característica de la radio que es conveniente subrayar es su no permanencia, “la decodificación se efectúa en presente, y los mensajes no tienen permanencia en el tiempo ni en el espacio”¹⁹, lo que resulta muy conveniente para las radio piratas o clandestinas, que no desean dejar registro de sus transmisiones.

En el proceso de construcción de una conciencia en México que se considere como una nación multilingüe y pluriétnica, la radio es fundamental, ya que nuestros orígenes (la cultura indígena) es heredada por tradición oral.

¹⁷ CURIEL Fernando. *Op. cit.* p. 31

¹⁸ PRADO Emilio. *Op. cit.* p. 35

¹⁹ PRADO Emilio. *Ibidem* p. 27

Cristina Romo hace referencia al por qué el uso de la radio en la expresión alternativa de la comunicación, de la *otra radio*: "todo país tercermundista o en vías de desarrollo, es un país radiofónico. Más descarnadamente, es un medio que conviene a países pobres. México es un país oral, por más que las autoridades de todo tipo se jacten de su labor alfabetizadora... en México se prefiere la radio como medio de comunicación por su carácter eminentemente portátil y por demandar sólo el uso del sentido del oído, lo que deja al usuario en condiciones de ocuparse de cualquier otra actividad, incluso intelectual."²⁰

2.2. CONTRIBUCIONES DEL ESTADO

"En nuestro país, el funcionamiento de la radio se ha apegado a un modelo en el que el manejo del medio se considera como campo natural del sector privado y en el cual el Estado ha participado de manera minoritaria."²¹

Hasta esta fecha, "... la participación del Estado se ha reducido a la administración jurídica de una industria en las que las decisiones sobre operación y contenido corresponden al capital monopolista internacional."²²

La Ley Federal de Radio y Televisión, expedida el 8 de enero de 1960 y publicada en Diario Oficial de la Federación el 19 de del mismo, parte del principio de que el dominio directo del espacio territorial corresponde a la nación, y por consiguiente, del medio en que se propaguen las ondas

²⁰ ROMO, Cristina. *Op. cit.* p. 165

²¹ ALVA de la Selva, Alma Rosa. *Radio e Ideología*. Ed. El Caballito. 1982, p. 43

²² FERNÁNDEZ Christlieb, Fátima. "La industria de Radio y Televisión. Gestación y Desarrollo" en *Nueva Política*, núm 3, jul-sep. 1976, pág. 239

electromagnéticas, ambos inalienables e imprescriptibles. En este sentido, considerando a la radio como una actividad de interés público, es el Estado el que debe proteger y vigilar sus funciones. Y a través de la misma, el Estado se cuidó de reservar tres posibilidades de emplear tiempo para sus propios fines en las radiodifusoras concesionadas.

Según el artículo 62, "las estaciones están obligadas a encadenarse cuando se trate de transmitir informaciones de trascendencia para el país, a juicio de la Secretaría de Gobernación."²³ El artículo 60 dispone que los concesionarios y permisionarios tienen la obligación de transmitir gratuitamente y con preferencia los boletines de cualquier autoridad relacionada con la seguridad y defensa del territorio nacional, la conservación del orden público o medidas encaminadas a prever o remediar cualquier calamidad pública, así como mensajes o avisos de embarcaciones o aeronaves en peligro. El artículo 59 establece que las emisoras deben transmitir gratuitamente treinta minutos diarios, continuos o discontinuos (no menores de 5 minutos), sobre temas educativos, culturales o de orientación social, y que corresponde al Ejecutivo determinar la institución o dependencia gubernamental que producirá ese material.

La manera que tiene la Secretaría de Hacienda y Crédito Público de cobrar los impuestos a los concesionarios es a través del 12.5% de los ingresos totales, haciéndose la aclaración de que puede ser cubierto en efectivo o en especie, ya que era necesario "que el Ejecutivo disponga de tiempo para la transmisión en las estaciones comerciales para el cumplimiento de sus propios fines." Sin embargo, los concesionarios sólo

²³ ALVA de la Selva, Alma Rosa. *Op. cit.* p. 59

ponen a disposición del Estado el tiempo-aire, no así los estudios, personal técnico, artístico o manual, máquinas grabadoras, cámaras, iluminación y demás servicios. Además el Estado tiene prohibido realizar programas que constituyan competencia a las actividades inherentes de los concesionarios.

Alejandro Montaña de Radio Educación, maneja que “la radiodifusión estatal debe concebirse como un medio de expresión de la sociedad política, pero también de la sociedad civil: grupos y organizaciones que tienen acceso a los medios donde el pluralismo debe ser la pauta.”²⁴

Según Cristina Romo, el modelo de la radio estatal tiene varios tipos de estaciones:²⁵

- 1) Las radiodifusoras independientes de alguna instancia agubernamental; como por ejemplo Radio Educación, que depende de la Secretaría de Educación Pública o el SRCI (Sistema de Radiodifusoras Culturales Indigenistas) del Instituto Nacional Indigenista.
- 2) Las estaciones dependientes de los gobiernos de los estados.
- 3) Las emisoras que siendo permitidas al gobierno estatal, son operadas directamente por el Instituto Mexicano de la Radio (IMER) a través de convenios de colaboración.
- 4) Las estaciones del IMER.

Existen en México diversas estaciones de este tipo, la mayoría de ellas permitidas, que se relacionan en el siguiente cuadro, aunadas a las

²⁴ *La Jornada* . 30 de enero de 1989

²⁵ ROMO, Cristina. *Op. cit.* p. 59

pocas que han sido otorgadas a particulares o universidades privadas, sin incluir las del IMER ni las del INI, que se encuentran en su apartado correspondiente.

ESTACIONES PERMISIONADAS EN AMPLITUD MODULADA POR ENTIDAD FEDERATIVA				
SIGLAS	LOCALIDAD	FRECUENCIA	POTENCIA	PERMISIONA
XEUAA	Aguascalientes, Aguascalientes	1370,0	0,850	Universidad Autónoma de Aguascalientes
XEBCS	La Paz, Baja California Sur	1050,0	10,000	Gobierno del Estado de Baja California Sur
XEUBS	La Paz, Baja California Sur	1180,0	10,000	Universidad Autónoma de Baja California Sur
XEBAL	Becal, Campeche	1470,0	1,000	Cadena Cultural Bacalena, A.C.
XECUA	Campeche, Campeche	1410,0	1,000	Radio Universidad de Campeche, A.C.
XECUC	Campeche, Campeche	840,0	0,500	Casa de la Cultura de Campeche
XERU	Chihuahua, Chihuahua	1310,0	1,000	Universidad Autónoma de Chihuahua
XECRZ	Chiapa de Corzo, Chiapas	1550,0	5,000	Gobierno del Estado de Chiapas
XEPU	Moctova, Coahuila	1110,0	0,250	Patronato Cultural Monclova A.C.
XESAL	Saltillo, Coahuila	1220,0	1,000	Universidad Autónoma Agraria "Antonio Narro"
XEEP	México, D.F.	1060	50,000	SEP Dirección General de Educación Audiovisual
XEUN	México, D.F.	860,0	45,000	Universidad Nacional Autónoma de México
XEHD	Durango, Durango	1270,0	0,500	Universidad Juárez del Estado de Durango
XEGRA	Acapulco de Juárez, Guerrero	1460,0	10,000	Gobierno del Estado de Guerrero
XEGRC	Coyuya de Catalán, Guerrero	820,0	1,000	Gobierno del Estado de Guerrero
XEGRM	Ometec, Guerrero	1100,0	1,000	Gobierno del Estado de Guerrero
XEGRO	Chilpancingo, Guerrero	870,0	1,000	Radio y TV de Guerrero
XEGRI	Taxco, Guerrero	1310,0	1,000	Gobierno del Estado de Guerrero
XETPA	Tiapa de Comonfort, Guerrero	1600,0	1,000	Gobierno del Estado de Guerrero

ESTACIONES PERMISIONADAS EN AMPLITUD MODULADA POR ENTIDAD FEDERATIVA

SIGLAS	LOCALIDAD	FRECUENCIA	POTENCIA	PERMISIONA
XEITC	Celaya, Guanajuato	1 200,0	0,250	Instituto Tecnológico de Celaya
XEUG	Guanajuato, Guanajuato	970,0	0,500	Universidad de Guanajuato
XEAWL	Jacala, Hidalgo	1 300,0	1,000	Gobierno del Estado de Hidalgo
XEHGO	Huejutla, Hidalgo	1 010	1,000	Gobierno del Estado de Hidalgo
XEHUI	Huichapan, Hidalgo	1 510	0,250	Gobierno del Estado de Hidalgo
XEIND	Tlanchinol, Hidalgo	1 470	1,000	Gobierno del Estado de Hidalgo
XEPEC	San Bartolo Tutotepec, Hidalgo	1 140	1,000	Gobierno del Estado de Hidalgo
XEZG	Ixmiquilpan, Hidalgo	1 390	0,500	Patrimonio Indígena del Valle del Mezquital
XEJB	Guadalajara, Jalisco	630	10,000	Gobierno del Estado de Jalisco
XEJLV	Puerto Vallarta, Jalisco	1 080	5,000	Gobierno del Estado de Jalisco
XELGM	Lagos de Moreno, Jalisco	1 580	1,000	Gobierno del Estado de Jalisco
XEATL	Atacomulco, México	1 520	1,000	Gobierno del Estado de México
XEGEM	Metepec, México	1 600	2,500	Gobierno del Estado de México
XEGM	Valle de Bravo, México	1 080	5,000	
XETEJ	Tejupilco, México	1 250	0,500	Gobierno del Estado de México
XETUL	Tultitán, México	1 080	5,000	Gobierno del Estado de México
XEREL	Morelia, Michoacán	1 550	0,500	Sistema Michoacano de Radio y Televisión
XESV	Morelia, Michoacán	1 370	0,500	Universidad Michoacana de San Nicolás Hidalgo.
XECTA	Cuahtla, Morelos	1 390,0	1,000	Gobierno del Estado de Morelos
XEQI	Monterrey, Nuevo León	1 510,0	10,000	Gobierno del Estado de Nuevo León

ESTACIONES PERMISIONADAS EN AMPLITUD MODULADA POR ENTIDAD FEDERATIVA

SIGLAS	LOCALIDAD	FRECUENCIA	POTENCIA	PERMISIONA
XETNC	Tepic, Nayarit	550,0	10,000	Gobierno del Estado de Nayarit
XEHDL	Huajuapam de León, Oaxaca	640,0	1,000	Gobierno del Estado de Oaxaca
XEHUA	Santa María Huatulco, Oaxaca	770,0	1,000	Gobierno del Estado de Oaxaca
XEMRO	Matías Romero, Oaxaca	770,0	1,000	Gobierno del Estado de Oaxaca
XEPNX	Pinotepa Nacional, Oaxaca	920,0	1,000	Gobierno del Estado de Oaxaca
XETUX	Tuxtepec, Oaxaca	1110,0	0,500	Gobierno del Estado de Oaxaca
XEUBJ	Oaxaca, Oaxaca	1400,0	1,000	Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca
XECAN	Cancún, Quintana Roo	1100,0	4,000	Gastón Alegre López
XECCN	Cancún, Quintana Roo	860,0	5,000	Sistema Quintanarroense de Comunicación Social
XCKX	Felipe Carrillo Puerto, Quintana Roo	620,0	1,000	Patronato Pro-Radiodifusora Cultural, Zona Maya
XEQUE	Querétaro, Querétaro	1150,0	1,000	Gobierno del Estado de Querétaro
XEUAQ	Querétaro, Querétaro	580,0	0,100	Universidad Autónoma de Querétaro
XEXQ	San Luis Potosí, S.L.P.	1460,0	0,250	Universidad Autónoma de San Luis Potosí
XEUAS	Culiacán, Sinaloa	1330,0	10,000	Universidad Autónoma de Sinaloa
XEUJO	Los Mochis, Sinaloa	820,0	0,500	Universidad de Occidente
XEUS	Hermosillo, Sonora	850,0	1,000	Universidad Autónoma de Sonora
XEERO	Estéresos, Tamaulipas	630,0	1,000	Gobierno del Estado de Tamaulipas
XETUT	Tula, Tamaulipas	1280,0	1,000	Gobierno del Estado de Tamaulipas
XEVIC	Ciudad Victoria, Tamaulipas	1450,0	1,000	Gobierno del Estado de Tamaulipas

ESTACIONES PERMISIONADAS EN AMPLITUD MODULADA POR ENTIDAD FEDERATIVA				
SIGLAS	LOCALIDAD	FRECUENCIA	POTENCIA	PERMISIONA
XEHAY	Huayacocotla, Veracruz	1370,0	0,500	Asociación Regional de Comunicación Cultural
XERUV	Jalapa, Veracruz	1550,0	10,000	Asociación Cultural de Veracruz, A.C.
XEYT	Teocelo, Veracruz	1490,0	1,000	Asociación Veracruzana de Comunicadores Populares, A.C.
XERUY	Mérida, Yucatán	1390,0	10,000	Universidad de Yucatán

ESTACIONES PERMISIONADAS EN FRECUENCIA MODULADA POR ENTIDAD FEDERATIVA				
SIGLAS	LOCALIDAD	FRECUENCIA	POTENCIA	PERMISIONA
XHMR	Aguascalientes	103.7	2,795	Instituto Mendel, A.C.
XHBA	Mexicali, Baja California	104.1	99,360	Universidad Autónoma de Baja California
XHIT	Tijuana, Baja California	88.7	1,150	Instituto Tecnológico de Tijuana
XHUAC	Ensenada, Baja California	95.5	3,080	Universidad Autónoma de Baja California
XHMCL	Monclova, Coahuila	104.1	4,060	Patronato Cultural Monclova, A.C.
XEUN	México, D.F.	96.1	48,880	Universidad Nacional Autónoma de México
XHUJB	México, D.F.	90.9	0,100	Universidad Iberoamericana
XHUPC	México, D.F.	95.7	0,019	Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica
XHITD	Durango, Durango	92.1	3,000	Patronato Promotor de Desarrollo del ITD, A.C.
XHGRC	Acapulco, Guerrero	97.7	91,530	Gobierno del Estado de Guerrero
XHZTA	Zihuatanejo, Guerrero	92.1	50,000	Gobierno del Estado de Guerrero
XHJUA	Guanajuato, Guanajuato	100.7	18,632	Gobierno del Estado de Guanajuato
XHLTO	León, Guanajuato	91.1	18,330	Gobierno del Estado de Guanajuato
XHSMML	Allende, Guanajuato	91.3	3,006	Gobierno del Estado de Guanajuato
XHBCD	Pachuca, Hidalgo	98.1	3,020	Gobierno del Estado de Hidalgo
XHD	Ixmiquilpan, Hidalgo	96.5	5,620	Patronato Indígena del Valle del Mezquital
XHLLV	Tula de Allende, Hidalgo	89.3	0,390	Gobierno del Estado de Hidalgo
XEJB	Guadalajara, Jalisco	96.3	5,460	Gobierno del Estado de Jalisco
XHUG	Guadalajara, Jalisco	104.3	40,320	Universidad de Guadalajara

ESTACIONES PERMISIONADAS EN FRECUENCIA MODULADA POR ENTIDAD FEDERATIVA				
SIGLAS	LOCALIDAD	FRECUENCIA	POTENCIA	PERMISIONA
XHVJL	Puerto Vallarta, Jalisco	91.9	50,000	Gobierno del Estado de Jalisco
XHINF	Caseta de Cobro, México	90.9	0,010	Enrique Bernal Servin (experimental)
XHIMS	Ameca Ameca, México	91.3	3,000	Gobierno del Estado de México
XHVAL	Valle de Bravo, México	104.5	3,000	Gobierno del Estado de México
XHZUM	Zumpango, México	107.7	3,000	Gobierno del Estado de México
XHJAL	Jojutla, Morelos	100.5	1,900	Gobierno del Estado de Morelos
XHVAC	Cuernavaca, Morelos	102.9	3,000	Gobierno del Estado de Morelos
XHYTE	Yautepec, Morelos	90.9	1,900	Gobierno del Estado de Morelos
XHAHU	Ciudad Anáhuac, Nuevo León	103.3		Gobierno del Estado de Nuevo León
XHARR	Ciudad Arroyo, Nuevo León	96.5	25,000	Gobierno del Estado de Nuevo León
XHCER	Carralvo, Nuevo León	100.7	15,000	Gobierno del Estado de Nuevo León
XHGAL	Galeana, Nuevo León	93.7	25,000	Gobierno del Estado de Nuevo León
XHLOS	Montemorelos, Nuevo León	97.7	3,730	Gobierno del Estado de Nuevo León
XHNAR	Linares, Nuevo León	103.3	50,000	Gobierno del Estado de Nuevo León
XHQI	Monterrey, Nuevo León	102.1	59,520	Gobierno del Estado de Nuevo León
XHSAB	Sabinas Hidalgo, Nuevo León	89.5	3,000	Gobierno del Estado de Nuevo León
XHUMY	Monterrey, Nuevo León	90.5	0,010	Universidad de Monterrey (experimental)
XHUNL	Monterrey, Nuevo León	89.7	0,020	Universidad Autónoma de Nuevo León
XHCA	Lagunas, Oaxaca	103.9	0,020	Club Deportivo, Social y Cultural Cruz Azul, A.C.
XHOA	Oaxaca, Oaxaca	96.9	18,000	Gobierno del Estado de Oaxaca

ESTACIONES PERMISIONADAS EN FRECUENCIA MODULADA POR ENTIDAD FEDERATIVA				
SIGLAS	LOCALIDAD	FRECUENCIA	POTENCIA	PERMISIONA
XHASP	Valsequillo, Puebla	95.5	0,100	Africam Safari
XHBUAP	Puebla, Puebla	96.9		Universidad Autónoma de Puebla
XHCUN	Cancún, Quintana Roo	105.9	2,779	Presidencia Municipal de Cancún
XHUAQ	Querétaro, Querétaro	89.5	0,550	Universidad Autónoma de Querétaro
XHUSP	San Luis Potosí, S.L.P.	88.5	3,000	Universidad Autónoma de San Luis Potosí
XHMZL	Mazatlán, Sinaloa	90.5	5,000	Instituto Cultural de Occidente, A.C.
XHAPS	Agua Prieta, Sonora	101.3	50,000	Gobierno del Estado de Sonora
XHARI	Nacozari, Sonora	105.5	50,000	Gobierno del Estado de Sonora
XHCDO	Ciudad Obregón, Sonora	89.3	31,190	Gobierno del Estado de Sonora
XHCRS	San Luis Río Colorado, Sonora	88.5	1,000	Gobierno del Estado de Sonora
XHGUA	Guaymas, Sonora	106.9	3,049	Gobierno del Estado de Sonora
XHNB	Hermosillo, Sonora	94.7	15,065	Gobierno del Estado de Sonora
XHHIL	Benjamin Gil, Sonora	90.1	2,030	Gobierno del Estado de Sonora
XHMZQ	Tepache, Sonora	99.3	3,070	Gobierno del Estado de Sonora
XHINES	Nogales, Sonora	105.9	15,363	Gobierno del Estado de Sonora
XEPPU	Puerto Peñasco, Sonora	105.3	3,000	Gobierno del Estado de Sonora
XHSEA	Cananea, Sonora	97.7	3,000	Gobierno del Estado de Sonora
XHSOA	Caborca, Sonora	91.5	50,000	Gobierno del Estado de Sonora
XHSSA	Sonoyta, Sonora	88.9	3,000	Gobierno del Estado de Sonora
XHEZA	Emiliano Zapata, Tabasco	102.9	10,000	Gobierno del Estado de Tabasco
XHFRO	Frontera, Tabasco	99.3	3,520	Gobierno del Estado de Tabasco

ESTACIONES PERMISIONADAS EN FRECUENCIA MODULADA POR ENTIDAD FEDERATIVA				
SIGLAS	LOCALIDAD	FRECUENCIA	POTENCIA	PERMISIONA
XHMAL	Comalcalco, Tabasco	107.1	3,520	Gobierno del Estado de Tabasco
XHMPA	Mascopana, Tabasco	99.7	17,670	Gobierno del Estado de Tabasco
XHVEN	La Venta, Tabasco	104.5	3,520	Gobierno del Estado de Tabasco
XHCGO	Ciudad Camargo, Tamaulipas	90.5	50,000	Gobierno del Estado de Tamaulipas
XHLDO	Nuevo Laredo, Tamaulipas	88.9	50,000	Gobierno del Estado de Tamaulipas
XHMAE	Ciudad Mante, Tamaulipas	94.9	50,000	Gobierno del Estado de Tamaulipas
XHRYA	Reynosa, Tamaulipas	90.9	2,990	Patronato Pro Radio Cultural de Reynosa, A.C.
XHSOT	Soto La Marina, Tamaulipas	91.3	50,000	Gobierno del Estado de Tamaulipas
XHTPI	Nuevo Laredo, Tamaulipas	90.9	3,000	Gobierno del Estado de Tamaulipas
XHUNI	Ciudad Victoria, Tamaulipas	102.5	10,000	Universidad Autónoma de Tamaulipas
XHVIC	Victoria, Tamaulipas	107.9	14,861	Gobierno del Estado de Tamaulipas
XHVLN	Villagrán, Tamaulipas	90.9	3,000	Gobierno del Estado de Tamaulipas
XHCAL	Calpulalpan, Tlaxcala	94.3	0,500	Gobierno del Estado de Tlaxcala
XHZH	Zacatecas, Zacatecas	97.9	50,000	Instituto Nacional de Bellas Artes

2.2.1. EL INSTITUTO NACIONAL INDIGENISTA

El Instituto Nacional Indigenista (INI) fue creado el 4 de diciembre de 1948 a partir de la iniciativa surgida en el Primer Congreso Indigenista de abril de 1940, de crear institutos nacionales en cada uno de los países asistentes al Congreso²⁶.

Se creó como un organismo descentralizado para²⁷:

1. Investigar los problemas relativos a los núcleos indígenas, estudiar las medidas de mejoramiento y promover su aprobación ante el Ejecutivo Federal.
2. Dirigir la realización de esas medidas y coordinar, en su caso, la acción de los órganos gubernamentales competentes.
3. Actuar como órgano consultivo de las instituciones oficiales y privadas.
4. Empezar las obras que le encomiende el Ejecutivo.

La radio en sí no es el propósito fundamental del proyecto radiofónico del INI, sino "contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades indígenas" y "el fortalecimiento de la cultura", así como apoyar su "sentido de pertenencia étnica", para lo cual se plantearon los siguientes objetivos específicos²⁸:

²⁶ ROMO, Cristina. *Ibidem* p. 96

²⁷ *Enciclopedia de México*. Tomo VII, México 1977

²⁸ PLASCENCIA, Carlos G. *La Radiodifusión Indigenista*. INI

-
- Prestar un servicio de comunicación a los habitantes de las comunidades, que trascienda las barreras geográficas, supla las carencias de los sistemas regionales y supere los limitantes que representan el monolingüismo y el analfabetismo.
 - Apoyar y reforzar el trabajo que realiza el Instituto en zonas indígenas transmitiendo contenidos educativos relacionados con aspectos agrícolas, pecuarios, jurídicos y de salud.
 - Impulsar el ejercicio y organización de la capacidad social de expresión de las comunidades indígenas.
 - Propiciar la valoración y conservación de las lenguas indígenas.
 - Fortalecer y fomentar el desarrollo cultural de las comunidades, difundiendo valores representativos de la cultura y el arte locales, regionales, nacionales y universales.
 - Reforzar las formas tradicionales de organización y trabajo comunitarios.
 - Promover en la población mejoras en sus prácticas alimenticias, higiénicas y sanitarias, respetando sus características culturales.

Con respecto a la radio, el principal fin del Instituto Nacional Indígenista fue cumplir sus fines de atención e integración de los grupos indígenas, "la nación mexicana está constituida por un conjunto de pueblos y esta riqueza pluriétnica debe ser reflejada por los medios de comunicación, ya que es necesario crear una conciencia nacional que

considere a las culturas indígenas dentro de un marco de respeto a la diversidad."²⁹

"El proyecto radiofónico del Instituto Nacional Indigenista tiene como objetivo principal contribuir al libre desarrollo de los pueblos indígenas a través de acciones de comunicación que conlleven la participación de la comunidad y respondan a sus necesidades y expectativas para consolidar el carácter plural y diverso de la nación." Este gran objetivo puede dividirse en tres ideas centrales: la primera trata sobre el libre desarrollo de los pueblos indígenas, entendiendo éste "como la capacidad que poseen de ser sujetos de las decisiones que les son propias en el ámbito económico, sociocultural y principalmente en el ámbito político (Carlos Tello, *Nueva Relación Estado-pueblos indígenas*); la segunda menciona que las acciones de comunicación cuenten con la participación de la comunidad y que sean acordes a sus necesidades y expectativas; (...) la tercera idea se refiere a la consolidación del carácter plural y diverso de la nación."³⁰

Asimismo, se considera a la radio como depositaria del gran acervo de tradiciones orales y de música de las etnias del país, por lo que el proyecto de radiodifusión del INI se reviste de una importancia histórica.

El proyecto de radio ha pasado por tres etapas: en la primera se trataba de motivar al indígena a participar en los proyectos gubernamentales; la segunda etapa tenía un enfoque más educativo, con énfasis en la educación

²⁹ "La radiodifusión cultural indigenista en el marco de las políticas nacionales de comunicación". *Primeras Jornadas de la Radiodifusión Cultural Indigenista*. Cuadernos INI N° 7. Instituto Nacional Indigenista 1996 p. 12

³⁰ "Apuntes sobre las políticas de comunicación y la radiodifusión indigenista". Citlati Ruiz Ortiz. *Primeras...* p. 53

no formal; la etapa actual se plantea en términos de participación y autogestión.

La primera radioemisora que este instituto tuvo en sus manos fue la XEZV "La Voz de la Montaña", en 1979 como proyecto radiofónico en la región de la Montaña de Guerrero que sería la primera de veinticuatro las emisoras indigenistas que constituyen el sistema radiofónico del Instituto.

Actualmente se pretende la participación directa de los pueblos indígenas en cada una de las radios que cubren su zona. Esta participación funciona a partir de tres programas, principalmente: 1.- *Centros de Producción Radiofónica*, donde las comunidades participan organizando los programas y produciéndolos para que posteriormente se difundan; 2.- *Corresponsales comunitarios*; y 3.- *Consejos consultivos*.

Las dos primeras formas de participación no han sido llevadas 100% a cabo, pues no existen los recursos para mantenerlos como se necesitan. En cuanto al tercero, los *Consejos consultivos*, "orientan el quehacer de las radiodifusoras en las que participan las comunidades"³¹, son congregaciones de autoridades tradicionales más representativas de las comunidades para guiar los destinos y la programación de las radios. Es importante destacar que son un *órgano consultivo*, y no *directivo* por lo que pueden proponer un cambio en las barras programáticas de las emisoras, tales como horarios, tipos de música, algún programa en especial, pero las decisiones son tomadas estrictamente por los delegados estatales del INI en la entidad correspondiente.

³¹ "Inauguración" Carlos Tello Macías. *Primeras....* p. 9

“El proyecto se basa en que todos los trabajadores, a excepción del director, sean gente indígena.”³² Para la selección de personas, se toman en cuenta varios criterios, entre ellos, que tengan cierta representatividad ante sus comunidades, que conozcan su región y que hablen su lengua. Anteriormente se realizaban exámenes de selección, pero la falta de recursos y de capacitadores, así como problemas internos del Instituto, han obligado a prescindir del examen y a proporcionar a la gente que trabaja en las radios cursos de capacitación (cada vez más superficiales y pobres). Esta gente es considerada dentro de la nómina del Instituto como personal de confianza, es decir, percibe un sueldo por su trabajo en la radiodifusora; son campesinos, albañiles o artesanos que, extraídos directamente de las comunidades, comienzan a trabajar en las estaciones.

Se han estructurado básicamente cinco categorías de emisiones en la programación: Educativas, Culturales, Noticieros, Recreativas, Avisos; para cumplir con los fines de educar, informar y entretener. Cada localidad maneja diferente esta programación y puede darse el caso de que exista más música en una estación que en otra.

En todas ellas se tocan temas como medicina indígena, salud, agricultura, formas de organización, alcoholismo, poesía narrativa indígena, historia étnica, explotación forestal, entre muchos más, “todo lo que sea constructivo y que ayude al desarrollo de un pueblo, la radio lo informa”. Además, la música que se transmite es grabada directamente en el campo; también hay música comercial, pero se prefiere la versión interpretada, tocada o cantada por grupos musicales de la región.

³² Entrevista a Emilio Meza, Jefe del Departamento de Apoyo a la Operación de Radio,

Los recursos con los que opera el SRCI son del Gobierno Federal; aunque existen donaciones, éstas deben ser tramitadas directamente por las radios con las empresas, instituciones, grupos o personas que deseen colaborar, se registran los equipos donados y pasan a ser propiedad del Instituto. "Siendo una radio financiada por el gobierno, con recursos que provienen directamente del Ejecutivo Federal, no somos voceros del Ejecutivo ni del gobierno estatal (...) Somos radios oficiales comunitarias, pero no somos oficialistas"³³, es decir, aunque la propiedad y recursos son directamente gubernamentales, el SRCI sigue fiel a su política indigenista, "pasó a tener un lugar en la acción gubernamental de la comunicación, aunque en el fondo sigue siendo una acción genuinamente indigenista."³⁴

El Sistema de Radios Culturales Indigenistas (SRCI) del INI da servicio a más de 3.8 millones de habitantes y trasmite en 24 lenguas indígenas y está compuesta por 24 emisoras (ver cuadro siguiente página)³⁵, además de que se tiene la propuesta de abrir otra emisora más en Yucatán y 3 en Michoacán, las cuales están esperando el permiso para inaugurarse.

Todo el SRCI está relacionado y entre ellas existe comunicación e intercambio de programas, además el INI tiene convenios de colaboración

Subdirección de Radio. INI. 18 de julio de 1997

³³ Ibidem.

³⁴ "Política Indigenista y radiodifusión" Luis Ernesto Pi Orozco. *Primeras...* p. 14

con otras instituciones como el IMER, los gobiernos estatales y las universidades de los estados para realizar intercambios, préstamos, ventas y donaciones de programas, música, equipos o materiales.

³⁵ Cobertura de las radiodifusoras pertenecientes al SRCI (versión preliminar, 14 de agosto de 1997). Instituto Nacional Indigenista.

SIGLAS	NOMBRE	Frecuencia (kHz)	Preferencia (watts)	Ubicación	Cobertura (kms. a la redonda)	Mpios. Atend.	Población indígena atendida	Lenguas en que se transmite	Pueblos indígenas mayoritarios bajo cobertura	Fecha de fundación	Hrs. aire semanal
XEZV	La Voz de la Montaña	800	3,000	Tlapa Comonfort, Gro.	80	28	348,491	Náhuatl, Mixteco, Tlapaneco y Español	Náhuatl, Mixteco, Tlapaneco, Amuzgo, Chocho	10-03-79	82
XETLA	La Voz de la Mixteca	930	5,000	Tlaxiaco, Oax.	120	163	326,037	Mixteco, Triqui y Español	Mixteco, Amuzgo, Zapoteco, Triqui	15-09-82	91
XEPUR	La Voz de los Purépechas	830	5,000	Cherán, Mich.	120	67	218,004	Purépecha y Español	Purépecha, Náhuatl, Zapoteco, Totonaca y Otomí	2-10-82	91
XETAR	La Voz de la Sierra Tarahumara	870	10,000	Huachochi, Chih.	180	20	90,527	Tarahumara, Guarijío, Tepehuán, Español	Tarahumara, Guarijío, Tepehuán, Totonaca, Mazahua, Pima	11-11-82	84
XEPET	La Voz de los Mayas	740	10,000	Peto, Yucatán	180	98	701,552	Maya y Español	Maya, Zapoteco, Náhuatl, Mixe, Chol	29-11-82	91
XEVFS	La Voz de la Frontera Sur	1,030	4,000	Las Margaritas, Chis.	100	39	626,448	Tojolabal, Mame, Tzeltal, Tzotzil y Español	Tzeltal, Tzotzil, Tojolabal, Canejobal y Chol	27-04-87	91
XEGLO	La Voz de la Sierra Juárez	780	5,000	Guelatao de Juárez, Oax.	120	40	270,000	Zapoteco, Mixe, Chinanteco y Español	Zapoteco, Chianteco y Mixe	18-09-90	84
XEANT	La Voz de las Huastecas	1,070	5,000	Tacámula de Santos, S.L.P.	120	23	336,941	Náhuatl, Pame, Huasteco y Español	Náhuatl, Huasteco, Pame, Chichimeca y Jonáz	28-09-90	87.5
XEOJN	La Voz de Chimanía	950	5,000	San Lucas Ojitlán, Oax.	120	19	160,428	Mazateco, Cuicateco, Chinanteco y Español	Mazateco, Chinanteco, Cuicateco, Náhuatl y Mixteco	14-12-91	78
XEZON	La Voz de la Sierra Zongolica	1,360	5,000	Zongolica, Ver.	120	30	226,452	Náhuatl y Español	Náhuatl, Mazateco, Popolucua, Mixteco y Zapoteco	28-12-91	92
XEJMN	La Voz de los Cuatro Pueblos	750	5,000	Jesús María, Nayarit.	120	7	39,551	Cora, Huichol, Tepehuán, Náhuatl y Español	Cora, Huichol, Tepehuán, Náhuatl y Otomí	3-04-92	64

SIGLAS	NOMBRE	Frecuencia (kHz)	Potencia (watts)	Ubicación	Cobertura (fms. a la redonda)	Mpios. Atend.	Población indígena atendida	Lenguas en que se transmite	Pueblos indígenas mayoritarios bajo cobertura	Fecha de fundación	Hrs. aire semanal
XEQIN	La Voz del Valle	1,290	2,500	San Quintín, B.C.N.	70	1	21,197	Mixteco, Triqui, Zapoteco y Español	Mixteco, Zapoteco y Triqui	15-06-94	83.5
XECTZ	La Voz de la Sierra Norte	1,350	5,000	Cuetzalan, Pue.	120	64	501,201	Náhuatl, Totonaco y Español	Náhuatl, Totonaca, Otomí, Tepehua y Mixteco	9-09-94	91
XEJAM	La Voz de la Costa Chica	1,260	5,000	Jamiltepec, Oax.	120	79	328,081	Mixteco, Amuzgo, Chatino y Español	Mixteco, Chatino, Amuzgo, Zapoteco y Triqui	5-05-94	84
XEPUJ	La Voz del Corazón de la Selva	700	5,000	X'puñ, Camp.	120	7	158,851	Maya, Chol y Español	Maya, Mame, Kanjobal, Chol y Tzeltal	22-01-96	84
XEETCH	La Voz de los Tres Ríos	1,130	5,000	Etchojoa, Son.	120	8	211,126	Maya, yaqui, guaraní y español	Maya, Tarahumara y Zapoteco	11-96	56
XECOPA	La Voz de los Vientos	1,210	5,000	Copainalá, Chis.	120	37	314,821	Zoque y Español	Zoque	1997	28
XETUMI	La Voz de la Sierra de Oriente	1,110	5,000	Tuxpán, Mich.	120	166	520,513	Español, Mazahua y Otomí	Mazahua, Matlatzínca y Ocuilteco	1997	28
POR INAUGURAR											
			5,000	Ixmiquilpan, Hgo.	120	12	154,603	Español y Otomí	Otomí		
			5,000	Felipe Carrillo Puerto, Q.R.	120	10	121,114	Español y Maya	Maya		
POR REINAUGURARSE (Septiembre 2000)											
XHCHX	En Chemax, Yucatán con la frecuencia del 90.5 Mhz en FM										
XHSAZ	En San Antonio Zozzil, Yucatán con la frecuencia del 91.5 Mhz en FM										
XHSMH	En Samani, Yucatán con la frecuencia del 95.9 Mhz en FM										
XHYAX	En Yaxcopil, Yucatán en la frecuencia del 96.5 Mhz del FM										

Las últimas cuatro estaciones obtuvieron la autorización para instaurarse el día 18 de Julio de 1997 en cuatro de los albergues para niños que posee el INI en este estado. El proyecto fue impulsado por el delegado del INI en Yucatán y más que ser radiodifusoras, son escuelas experimentales permitidas para fomentar en los niños indígenas de los albergues el amor por la radio e impulsarlos a usarlo como medio de comunicación y expresión.³⁶ Estas escuelas son pequeñas, apenas 10 watts en la banda del FM, y estarán directamente relacionadas con el SRCI pues los trabajos que se realicen de buena calidad serán llevados a las demás estaciones para su transmisión, asimismo, éstas retroalimentarán a las escuelas con producciones musicales, informativas, radionovelas, etc. Cabe mencionar que serán reinaguradas en septiembre del 2000, luego de haber recibido varias donaciones de equipo e infraestructura.

Para el 2001 se tiene planeada la instalación de otras cuatro estaciones más, una en Yucatán y tres más en Michoacán, las cuales se encuentran ahora en espera del permiso por parte de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Además, son muchas las valoraciones que deben realizarse antes de echar a andar el proyecto: conseguir los terrenos adecuados, las condiciones apropiadas, los servicios necesarios, etc.

Las estaciones del SRCI han tenido una gran aceptación por parte de las comunidades que cubre; existe una gran apropiación de la radio, pero no una propiedad física, del lugar, la estación o los equipos, sino del medio, apropiación que se demuestra en las fiestas de aniversario de las estaciones,

³⁶ Oficio emitido por la Dirección General de Permisos y Concesiones de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes con fecha 18 de julio de 1997.

donde todas las comunidades acuden a celebrar a “la única que habla mi lengua”. Es un medio que sienten suyo, porque “ellos son los únicos que me hacen caso; a ellos sí les entiendo cuando hablan; hablan de mí, de lo que me pasa y gusta; escucho mi música y puedo dar mis avisos”.

Respecto al monitoreo que realiza la Secretaría de Gobernación de las transmisiones de los medios de comunicación y aunque inicialmente las emisoras del INI sufrieron de estrecha vigilancia por parte de la Secretaría de Gobernación, se han dado casos de emisiones de mensajes subversivos, críticos o polémicos, pero que se han hecho “clandestinamente”, en lengua y no han podido ser descifrados, más que por la gente a quien va dirigida (a menos que una de esas personas dé parte de la Secretaría o a las autoridades). El SRCI no puede transmitir publicidad (su carácter legal de permisionarias lo impide), proselitismo político o religioso y debe respetar la Ley Federal de Radio y Televisión.

También, en el artículo 75 de la misma ley, establecía como obligatorio el uso del idioma nacional (español) para transmitir, o en casos especiales, acompañado de una versión al español, íntegra o sintetizada. Posteriormente, el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica (artículo 22) establecen que la Secretaría de Gobernación puede autorizar la transmisión en otro idioma o lengua con el siguiente texto: *La Dirección General de Información autorizará la transmisión en radio y televisión de programas en otro idioma diferente al español, tomando en consideración lo siguiente:*

- I. *La ubicación geográfica y potencia de la emisora.*
- II. *La necesidad de la prestación de este servicio.*

- III. El número de habitantes del lugar que conozcan el idioma en que pretende hacerse la transmisión.*
- IV. Las características de la programación.*
- V. El personal nacional que participa en la emisión.*
- VI. La duración del programa y transmisión.*
- VII. Los demás requisitos que establece la Ley en la materia.*

Desgraciadamente, no todo ha sido miel sobre hojuelas, ya que el SRCI y el INI han atravesado por una serie de problemas que obstaculizan esta labor. En 1997, las radiodifusoras se encontraban controladas por las delegaciones estatales que les corresponden (hay una en cada estado de la República), lo que provocaba problemas pues cada delegado manejaba la estación a su antojo y conveniencia: asignando como directores de estaciones a personal no capacitado, modificando la barra programática sin consultar y administrando los recursos a su beneficio. Asimismo, durante ese período se perdieron muchos equipos, no se realizaron los trámites necesarios ante la SCT, no se les dio mantenimiento adecuado a los equipos o nunca lo recibieron.

Además, el INI pertenece a la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), y como socio está facultado para realizar intercambios y préstamos de material con las demás estaciones del mundo registradas, pero con la descentralización quedó imposibilitada para hacerlo y la estaciones o sus delegaciones estatales, que eran las indicadas para realizarlo, no lo llevaron a cabo. Debido a esto, durante varios años el INI no pudo enviar producciones mexicanas para darlas a conocer en el mundo, si bien recibió material producido en Bolivia, Colombia, Canadá, El Salvador, África, España, etc. de AMARC.

Como consecuencia, a partir de 1998, el control de servicios de mantenimiento y recursos, compra de equipos, materiales y refacciones regresó a manos de las oficinas centrales del INI, no así las decisiones en cuanto al manejo operativo de las radios, que seguirán tomando las delegaciones estatales.

Por otro lado, el aspecto burocrático del sistema ha obstaculizado el desarrollo de las radios, "un proceso que debería ser dinámico y operativo, es visto por las autoridades como un proceso administrativo y burocrático"; para comprar una refacción, por mínima que sea, se requiere de un trámite de licitación que lleva de 2 a 3 semanas, siendo que la compra y envío podría ser inmediato, entonces, "tienes que andar pegando con chicle las radiodifusoras para que funcionen."³⁷ Aunado a esto, los manejos de gente impreparada ocasionan muchas fallas en los equipos, las estaciones se encuentran funcionando "casi por arte de magia".

Emilio Meza, jefe del Departamento de Apoyo a la Operación de Radio de la Subdirección de Radio del INI, considera que el SRCI se encuentra actualmente en decadencia, pero no por eso la calidad de los programas ha sufrido menoscabo, ya que la gente que ha quedado de la época de auge ha mantenido los programas, sigue produciendo y dando cursos. Asimismo, espera que con la centralización de recursos, sea posible levantar estaciones con problemas operativos y que los proyectos fructifiquen en favor de las comunidades indígenas de nuestro país.

³⁷ Entrevista a Emilio Meza, Jefe del Departamento de Apoyo a la Operación de Radio, Subdirección de Radio. INI.

2.2.2. EL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO

La intención de actuar como emisor en la industria de la radiodifusión se manifestó con la creación del Instituto Mexicano de la Radio (IMER) en 25 de marzo de 1983 como respuesta al plan básico preparado por el Instituto de Estudios Políticos y Sociales del PRI (IEPES) para la campaña de Miguel de la Madrid, para hacer operativas las políticas nacionales de comunicación. Se creó como un organismo público descentralizado con patrimonio y estatuto legal propio con las siguientes funciones³⁸ :

- I. Formular los planes y programas de trabajo que se requieran para el cumplimiento de su objeto;
- II. Promover y coordinar las actividades radiofónicas, a través de las entidades que opere y de los demás instrumentos que sean necesarios para el cumplimiento de sus programas;
- III. Estimular, por medio de las actividades radiofónicas, la integración nacional y la descentralización cultural;
- IV. Fungir como órgano de consulta de los sectores público, social y privado;
- V. Celebrar convenios de cooperación, coproducción e intercambio con entidades de radio nacionales y extranjeras;
- VI. Realizar estudios y organizar un sistema de capacitación en materia radiofónica;

³⁸ *Diario Oficial de la Federación* 25 de marzo de 1983

VII. Establecer oficinas, agencias y representaciones en la República Mexicana y en el extranjero, pudiendo adquirir, poseer, usar y enajenar los bienes muebles e inmuebles necesarios para el cumplimiento de este fin;

VIII. Expedir su Reglamento Interior, y

IX. Las demás que este Decreto y otras disposiciones le confieran para el cumplimiento de sus fines.

Funciones que son resumidas en un folleto promocional del IMER:³⁹

- Operar, de manera integrada, las diversas entidades relacionadas con la actividad radiofónica perteneciente al Poder Ejecutivo Federal.
- Contribuir al fortalecimiento de la integración nacional.
- Contribuir al mejoramiento de las formas de convivencia humana.
- Estimular la descentralización cultural.

El IMER es el responsable de manejar las emisoras que el Estado opera directamente y de producir los programas que deben transmitirse en los tiempos que en cada estación comercial corresponden por ley al Estado, según lo señala la Ley Federal de Radio y Televisión: "deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración de hasta 30 minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social"⁴⁰ más el equivalente del 12.5% de impuestos. Este

³⁹ Folleto promocional del IMER

⁴⁰ *Ley Federal de Radio y Televisión*. Art. 59

tiempo estatal es utilizado, otorgado y autorizado por la Dirección de Radio de RTC.

La radio estatal, dirigida, programada y producida por el IMER, es para Cristina Romo, una forma de expresión de la "otra radio". Sin embargo, el investigador Antonio Pasquali establece que hay que distinguir entre "servicio público" y "servicio gubernamental", y ofrece una serie de características que debe poseer una radio para considerarse de servicio público⁴¹:

- a) Ser independiente, participativa y de alta calidad.
- b) Alimentarse con fondos del Erario Público.
- c) Tener alcance nacional, es decir, que todos los habitantes de una nación gocen de su beneficio.
- d) Respetar y reconocer a los escuchas como personas inteligentes, cultivadas, sensibles.
- e) Considerar a la cultura como sinónimo de calidad.
- f) Establecer redes malladas y multilaterales para propiciar la regionalización y la descentralización.
- g) No repetir programas y mensajes ajenos, sino ser productora de sus propios programas.
- h) Ofrecer alternativas para los diversos gustos y necesidades.

⁴¹ ROMO, Cristina. *Op. cit.* p. 57.

Si se aplican estrictamente estas características a las emisoras de grupo IMER, difícilmente podrían considerarse de servicio público, dice Cristina Romo, debido a la centralización y a la continua recurrencia hacia otras Instituciones para llenar el tiempo en el aire, por falta de financiamiento. La independencia de las estaciones está estrechamente limitada ya que el criterio de operación se basa en dar gusto al gobierno, lo que cierra las puertas al debate o a la información objetiva.

Pero no por eso hay que perder de vista estas emisoras, pues su trabajo está siendo substancialmente reestructurado, tanto en su programación como en su apertura a la participación social. Se atiende más a la investigación, se trata de conocer más las preferencias del auditorio para considerarlas, así como la innovación tecnológica.

El IMER contempla cuatro formas de operación:

- a) Creación de nuevas emisoras. Esta se ha dado utilizando la última frecuencia disponible en el D.F. para crear XHIMER, además de un proyecto en las emisoras de la frontera.
- b) Rehabilitación de emisoras. El IMER ha adquirido los activos fijos y la concesión de estaciones que funcionaban para RTC (XEB, XERPM, XEMP, XEQK, XELAC), para algún gobierno estatal (XERA y el sistema de Quintana Roo), o en manos de particulares (XERF, XEFQ).
- c) Convenios de coinversión. Se establecen con gobiernos estatales para instrumentar o rehabilitar emisoras, donde las tareas administrativas, de programación y producción son realizadas por personal del IMER.

- d) Convenios de colaboración. No incluyen administración o inversión en común; puede ser, por ejemplo, la retransmisión o el intercambio de programas.

El IMER tiene a su cargo 19 emisoras (ver cuadro sig. página)⁴², todas ellas consideradas como "reserva federal", aún cuando en su situación legal algunas de ellas aparecen como concesionadas o permissionadas. Todas las emisoras venden sus servicios, a pesar de ser parte de una Institución de "servicio público"⁴³ y de que la mayoría está considerada como permissionaria.

⁴² Dirección de Investigación de la Comisión Radiofónica. Instituto Mexicano de la Radio, Junio 1997.

⁴³ ROMO, Cristina. *Op. cit.*, p. 138

Siglas	Nombre	Localización	Frecuencia	Potencia (watts)	Régimen legal	Audiencia (radioescuchas)	Fecha de inicio
XEB	La B Grande de México	México, D.F.	1,220 khz	100,000	Concesionaria	19,389,815	15-09-1923
XEMP	Alma Musical de México	México, D.F.	710 khz	10,000	Concesionaria	11,598,100	1º-11-1961
XEQK	La Hora Exacta	México, D.F.	1,350 khz	5,000	Concesionaria	11,598,100	1939
XEDTL	La Candela 660	México, D.F.	660 khz	45,000	Concesionaria	11,598,100	Agosto 1931
XERMX	Radio México Internacional		Onda Corta Banda 3 mts. • 9,705 khz Banda 4 mts. • 5,985 khz	30,000	Reserva Federal		
XETEB	Radio Mar	Tenabo, Campeche	920 khz	1,000	Permisiónaria	235,093	1º-11-1988
	OBJETIVOS: Mantener abiertos los espacios al servicio de la comunidad con el objetivo de informar, orientar sobre las actividades relativas a la localidad y proporcionar entretenimiento.						
	Área de cobertura: Campeche, Calkini, Hecilchakán, Hopalchen, Tenabo.						
XHOF	Órbita 105.7	México, D.F.	105.7 Mhz	34,600	Permisiónaria	11,598,100	1983
XHIMER	Opus 94	México, D.F.	94.5 Mhz	57,000	Permisiónaria	11,598,100	5-06-1986
XHSCO	Estéreo Istmo	Salina Cruz, Oaxaca	96.3 Mhz	3,000	Permisiónaria	200,186	7-12-1987
	OBJETIVOS: Preservar y difundir los valores y tradiciones regionales, llevando información y entretenimiento a los lugares más aislados. A fin de extender los servicios sociales, promueve el contacto directo entre el auditorio y los organismos públicos y privados.						
	Área de cobertura: Asunción, Ixtaltepec, El Espinal, El Barrio de la Soledad, Ciudad Ixtepec, Juchitán de Zaragoza, Salina Cruz, San Blas Atempa, San Mateo del Mar, Santa María Mixtequilla, Santa María Xadani, Unión Hidalgo.						

Siglas	Nombre	Localización	Frecuencia	Potencia (watts)	Régimen legal	Audiencia (radioescuchas)	Fecha de inicio
XHUAN	Estéreo Frontera	Tijuana, B.C.	102.5 Mhz	50,000	Permisionaria	732,542	1°-08-1986
	OBJETIVOS: Reforzar la presencia del Estado mexicano en esta frontera y cumplir con los objetivos de entretener, orientar, informar, educar y promover la cultura a través del medio radiofónico. Contribuye al fortalecimiento de la cultura nacional en esta parte de la frontera con Estados Unidos.						
XHUAR	Órbita 106.7	Cd. Juárez, Chih.	106.7 Mhz	100,000	Permisionaria	752,276	4-07-1986
XHYUC	Desde el 17 de enero de 1990 es miembro del Consejo Sectorial para la Cultura, Recreación, Educación y Deporte (CONSECRE), cuyo fin es contribuir a conservar las tradiciones mexicanas en una zona donde la influencia de la cultura estadounidense se hace presente a todo momento.						
	Radio Solidaridad	Mérida, Yucatán	92.9 Mhz		Permisionaria	874,354	26-10-90
XEBCO	OBJETIVOS: Promover el esparcimiento y el rescate de nuestras raíces culturales. Crear conciencia en la población sobre la importancia de la cultura e identidad regional. Ser un medio de comunicación entre la Sociedad y el Estado. Ser un foro de expresión popular.						
	La Poderosa Voz de Colima	Villa de Alvarez, Colima, Colima.	1,210 Khz	50,000	Permisionaria	541,115	Permiso 6-5-1985 Inicio 26-6-1986
XECAH	Cubre varios poblados de Colima, Jalisco y Michoacán. Tiene como objetivo "ser una vía de comunicación para la Sociedad del Estado de Colima y colaborar en la preservación de la cultura general y nacional.						
	La popular 1350 "La voz del Soconusco"	Cacahoatán, Chiapas.	1,350 Khz	5,000	Permisionaria	645,373	16-09-87
XECHZ	OBJETIVOS: Conservar, difundir y promover los valores culturales, nacionales y regionales de las comunidades en esta zona.						
	Radio Lagarto "La Voz del Cañón"	Chiapa de Corzo, Chiapas	1,560 Khz	20,000	Permisionaria	1,158,071	21-10-1991

Siglas	Nombre	Localización	Frecuencia	Potencia (watts)	Régimen legal	Audiencia (radioescuchas)	Fecha de inicio
XEFQ	La Voz de la Ciudad del Cobre	Cananea, Sonora	980 Khz	1,000	Concesionaria	40,020	1982
	En 1934, empezó como un aparato de fabricación casera, experimental y rudimentaria. El 20 de abril de 1937, subió su potencia a 50 watts, y en 1947 obtuvo 250 watts de potencia. En 1962, llegó a los 500 watts y en 1982, una vez bajo la administración del IMER, alcanzó la potencia actual de 1,00 watts. Su objetivo es la difusión de actividades académicas y sociales de la región. Difundir, conservar y promover valores culturales. Participar en el desarrollo social y económico de los habitantes de Cananea.						
XELAC	Radio Azul	Lázaro Cárdenas, Michoacán	1,560 Khz	5,000	Concesionaria	318,990	3-10-1976
Se escucha en varias poblaciones de Michoacán y Guerrero.							
XEMIT	La Voz de Balún Canán	Comitán, Chiapas	540 Khz	5,000	Permisiónaria	1,361,615	11-12-1988
XERF	La Poderosa 15-70	Cd. Acuña, Coahuila	1,570 Khz	20,000	Concesionaria	314,592	22-02-1986

Aunque entre los fines del IMER se menciona su propósito de “configurar una alternativa frente a la radiodifusión comercial”, “hasta el momento la actividad del Instituto no ha conseguido consolidar la presencia de sus emisoras como otra alternativa para el auditorio.”⁴⁴

2.3. PARTICIPACIÓN DE LA SOCIEDAD CIVIL

Desgraciadamente, México no ha sido un país en el que se fomente ni facilite la participación de la sociedad civil dentro de la radio o la televisión. Por un lado, los elevados costos que supone la instalación, mantenimiento y funcionamiento de una estación transmisora de radio y, por otro, las estrictas exigencias, tanto económicas como administrativas, que impone la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) para el otorgamiento de permisos y concesiones a particulares.

En cuanto a lo primero, es innegable que cualquier estación, por pequeña que sea, requiere de inversión para poder funcionar: la energía eléctrica, las refacciones que se requieren, los “consumibles” como cassettes, cintas de grabación, papel, etc. No hay que dudar, resulta más económico un transmisor de radio que un tiraje de periódico o una señal televisiva, pero por muy poca que sea la inversión es necesario que ésta sea constante. Si agregamos que la participación de los guionistas, técnicos, locutores y reporteros es voluntaria y gratuita, el ahorro es mayor, pero no por eso la instalación es gratuita. Simplemente el costo de los aparatos más sencillos resulta elevado cuando no se tiene capital ni se es posible conseguirlo más que de donativos, colectas y ayudas voluntarias.

⁴⁴ ALVA de la Selva, Alma Rosa. *Op. cit.* p. 70

Puede considerarse el préstamo de equipo, sea una consola, discos o cassettes de música grabada, micrófonos; pero aún así el financiamiento se considera un problema cuando no hay recursos. Y no cualquier grupo o asociación civil cuenta con este capital para levantar una estación radiofónica.

Por su parte, la SCT es muy estricta en el sentido de los requisitos necesarios para otorgar permisos, no digamos ya concesiones. Las fianzas que se requieren son muy elevadas y, aún cuando el grupo o asociación solicitante esté en la posibilidad de cubrirlo, no siempre son beneficiadas con el permiso legal.

Lo anterior puede provocar dos situaciones: una, que los interesados desistan ante la espera y la inutilidad de sus esfuerzos; o la segunda, que comiencen a transmitir ilegalmente a riesgo de sufrir represalias por parte de los grupos en el poder, económico o político. Ser víctimas de robos, atentados y represiones no alienta a los participantes a continuar.

Aún así, han existido en México agrupaciones que han pugnado por conseguir los permisos o que han transmitido clandestinamente a sabiendas de las consecuencias. Prueba de esto son *Radio Teocelo* y *Radio Huaya* en Veracruz, o *Radio Pirata* en el sur de la Ciudad de México.

De *Radio Huaya* haremos mención más adelante, por considerarla representativa en nuestro estudio de radio comunitaria. En este apartado nos referiremos a *Radio Pirata*, ya que su historia es ilustrativa de las consideraciones que hemos planteado.

Radio Pirata nació como respuesta a las condiciones sociales que existían en el país. 1994, año de elecciones presidenciales; del asesinato del candidato del PRI, Luis Donaldo Colosio; del levantamiento armado del EZLN en el sur del país. Acontecimientos que causaban temor y desconcierto entre la población. Los hechos y la confusión motivaron el proyecto de *Radio Pirata* a erigirse como informadora veraz y foro de expresión de los ciudadanos.

Así, el 8 de octubre de 1994 *Radio Pirata* salió al aire en la frecuencia del 90.1 con una potencia de 5 watts a partir de la Plaza Hidalgo de la Delegación Coyoacán.

Aún cuando las circunstancias instaban a que la emisora saliera al aire, ésta surge de un proyecto anterior: "Televerdad" que se erigió como "una nueva experiencia en radiodifusión en México, de apropiación ciudadana de los medios de comunicación (...) formada por personas interesadas que dedican una parte de su tiempo a difundir temas de interés nacional y local."⁴⁵ En septiembre de 1994, se solicitó a las autoridades el permiso de instalación de una emisora de 5 watts de potencia para lanzar al aire "Televerdad", sin embargo nunca se obtuvo respuesta. Aún así "Televerdad" inició transmisiones el 9 de septiembre de 1994 entre Insurgentes y Reforma con el fin de "crear estaciones comunitarias que fueran manejadas por la sociedad, para así romper con el monopolio que existe en el cuadrante y poder desarrollar medios de comunicación propios de la ciudadanía."⁴⁶ Esta

⁴⁵ MORA Ramírez, Lina Karla. *Origen, funcionamiento e ideología de la emisora "Radio Pirata" de la delegación Coyoacán en México, D.F.* Tesis de Licenciatura. Universidad del Valle de México. 1997. p. 43

⁴⁶ *Ibidem* p. 70

iniciativa fue apoyada por el ex-diputado federal del Partido de la Revolución Democrática y ex-presidente de la Asamblea de Barrios, Marcos Rascón Cué y desde el principio fue integrante del "Sistema Ciudadano de Radio y TV".

"Televerdad" tenía por objetivo brindar información acerca del lugar desde donde transmitía, por lo que su cobertura era muy reducida; además de que la potencia del transmisor era muy baja. Sin embargo, al poco tiempo de haber iniciado, "Radio Verdad", como también se le conocía, cerró sus transmisiones debido a la falta de organización del grupo que la emitía, así como la falta de interés de los receptores debido a la zona en la que se encontraba.

Pero el proyecto no quedó abandonado, ya que algunos integrantes continuaron interesados en conservar este tipo de medios alternativos, y así surgió *Radio Pirata*.

Los objetivos de ambas estaciones no eran diferentes, pues pretendían "romper con el monopolio de la radio comercial y hacer que los medios de comunicación estén en manos de los ciudadanos."⁴⁷

Con equipo prestado y la participación desinteresada de sus integrantes, *Radio Pirata* transmitía información local y nacional, opiniones de los mismos receptores y temas de interés general. Así, la programación incluía temas de alcoholismo, sexualidad, economía doméstica, música, política nacional, entre otros. Algunos de sus programas:

⁴⁷ *Ibidem* p. 73

- “Editorial”, producido y conducido por Claudia Sherbaum, en donde se rescataban los sucesos más importantes de la semana para su comentario y análisis. Estaba también abierto a la información local o a comentarios de las personas interesadas.
- “Grillotina”, por Carlos Alberto Olivares, dedicado exclusivamente a la cuestión política del país
- “Compositores”, por Nayeli Nesme, en el que se presentaban compositores nacionales no muy conocidos para dar a conocer su material.
- “Bucaneros”, por Geo Gutiérrez, especial para niños donde participaban cantando, contando chistes, cuentos o lo que aprendían en la escuela.
- “Punto y Rola”, por Pedro Carpintero, donde se presentaba música rock en español no comercial y se permitía el espacio a grupos de este género para que transmitieran su música en vivo.
- “Expresión Juvenil”, por Grupo 24 horas de Alcohólicos Anónimos, que presentaba noticias de la delegación e información de eventos culturales próximos a realizarse.

Es importante destacar que los integrantes de *Radio Pirata* se hicieron radiodifusores en la práctica, aprendiendo la técnica de libros y ensayando en las transmisiones; los locutores, técnicos y guionistas emitían limitados por los recursos con que contaban: un transmisor y una antena (construidos por integrantes de la emisora), grabadora, micrófonos, discos y mesas, sillas y mantas para soportarlos.

Para poder funcionar, *Radio Pirata* contaba con la aportación de \$10.00 que realizaban los integrantes cada día de transmisión, además de

los “bonos de solidaridad” que eran vendidos por ellos. Algunas personas colaboraban voluntariamente al ver el funcionamiento de la emisora.

Sin embargo, el proyecto de *Radio Pirata* tampoco prosperó, ya que sus integrantes tenían otras ocupaciones aparte de las transmisiones que realizaban y el nivel de colaboración fue disminuyendo paulatinamente: algunos llegaban sólo a las transmisiones y no participaban en el transporte, instalación y guarda del equipo, o simplemente mandaban grabaciones de su material. Además, los programas fueron perdiendo creatividad y el interés decayó. Así, en la primera semana de diciembre de 1995, la emisora calló sus transmisiones. “Finalmente, la aparición de *Radio Pirata* obedeció a una coyuntura electoral, pero no trascendió o no fijó su objetivo en crear un discurso radiofónico útil para mantenerse en el aire. A *Radio Pirata* le llamaban ‘mitines por radio’ y en su nombre está la condena. Si hubiera conseguido la legitimación de su público, su experiencia hubiera sido más larga y hubiera conseguido la legalidad.”⁴⁸

Pero el proyecto sigue en pie y se pretende reiniciar “con nuevas formas creativas tanto en programación como en cooperación de grupo, (...) prevenir la cuestión económica y dar un mejor servicio a través de un buen equipo técnico y humano.”⁴⁹

Es válido pensar que emisoras como esta se enfrenten a una serie de problemas tanto organizativos, como técnicos, financieros y humanos; pero el primer paso ya está dado y la sociedad civil, a partir de su organización,

⁴⁸ Entrevista a Susana Albarrán, representante de AMARC en México, el 18 de mayo de 1998.

⁴⁹ *Ibidem* Conclusiones.

puede hacer frente al monopolio de la comunicación dominante. Ejemplos los hay, si bien son pocos, son representativos y brindan la experiencia que hay que retomar para llevar a la práctica la democratización de las ondas.

2.4. TIPOLOGÍA DE RADIO ALTERNATIVA

La radio tiene una tipología, de acuerdo a sus fines y características de transmisión, propiedad, situación legal u objetivos. Dentro de las diferentes divisiones que podemos encontrar, es claro que cada una de ellas ha sido realizada según varios investigadores o instituciones de comunicación, que las soportan en sus consideraciones más convenientes.

Es importante destacar que dentro de las tipologías que realizan las instituciones gubernamentales, en ningún caso se estipula una radio fuera de los márgenes establecidos, no se contempla la posibilidad de "otra radio". Aún así, existe, y es importante determinar a qué tipo de radio nos estamos refiriendo. No es posible determinar una clasificación única y rígida, ya que su alternatividad se encuentra matizada por diversos elementos, y cada uno de ellos requiere de especial atención.

Según la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, no existe ninguna estación radiodifusora que se encuentra fuera de los requisitos estipulados por la ley. Si bien se encuentran registradas y tipificadas según este organismo, muchas no son coherentes entre el ser y el deber ser. Registradas de una manera, funcionan de otra.

Inicialmente, la Ley Federal de Radio y Televisión considera que las emisoras "podrán ser: comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades y organismos

escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios.⁵⁰ Las primeras requieren de una *concesión* otorgada por el gobierno federal, a través de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes; para las demás es suficiente un *permiso* para transmitir.

- **Concesión.** Se otorga a personas físicas o morales, que presenten ante la SCT un proyecto de desarrollo, acompañada de varios requisitos (ser de nacionalidad mexicana). Una vez que la SCT estudia cada solicitud, hecha a través del Diario Oficial de la Federación, “califica el interés social” y resuelve la entrega o no de la concesión. El artículo 23 de la Ley Federal de Radio y Televisión establece que ésta no se podrá ceder, dar en fideicomiso, gravar o enajenar total o parcialmente, así como su duración de 30 años, posible de renovarse por 10 años.
- **Permiso.** La Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a través de la Dirección General de Concesiones y Permisos de Telecomunicaciones, otorga el permiso a estas emisoras para ocupar un espacio en el espectro de frecuencias, con el conocimiento de que el permiso les será revocado por “transmitir anuncios comerciales o asuntos ajenos a aquellos para los que se concedió”⁵¹; es decir, tienen impedido el financiamiento como producto de su propia actividad y se les señalan “asuntos” por los cuales se les

⁵⁰ *Ley Federal de Radio y Televisión*. Art. 13

⁵¹ *Ley Federal de Radio y Televisión*. Art. 37, fracción III

otorga el permiso, sin que haya una definición clara y específica de lo que atañe a estos "asuntos".

Sin embargo, la ley no clasifica sólo en permisionadas y concesionadas, sino que también clasifica a la radio en México de la siguiente manera:

- a) Comerciales. Autorizadas a transmitir anuncios y cobrar por ellos, son concedidas a particulares y existen pocas limitaciones para su uso y funcionamiento.
- b) Oficiales. Supuestamente el Estado es el propio permisionario y deben emitir los comunicados oficiales, la voz gubernamental y no incluyen la participación particular.
- c) Experimentación. La ley no tiene definidas las características de estas estaciones.
- d) Culturales. La cultura es un término ambiguo en la ley, por lo que no hay emisoras que se adecuen en este apartado. A no ser las estaciones que transmitan "música culta o clásica".
- e) Escuelas Radiofónicas. La *Ley Federal de Radio y Televisión* contempla a las escuelas radiofónicas en los artículos 81,82 y 83, y cito⁵²:

Artículo 81. Las escuelas radiofónicas constituyen un sistema de estaciones emisoras y receptoras especiales para los fines de extensión de la educación pública, en los aspectos de difusión cultural, instrucción técnica, industrial, agrícola, alfabetización y orientación.

Artículo 82. La transmisión y la recepción de las escuelas radiofónicas, estarán regidas por las disposiciones que sobre la materia dicte la Secretaría de Educación Pública, la cual

⁵² *Ley Federal de Radio y Televisión*. Arts. 81, 82 y 83

seleccionará al personal especializado, profesores, locutores y técnicos que participen en ese tipo de programas.

Artículo 83. Los ayuntamientos, sindicatos, comunidades agrarias y cualesquiera otras organizaciones que se inscriban en este sistema, tendrán la obligación de instalar en sitios adecuados, el número de receptores que satisfaga las necesidades de cada comunidad.

Otra tipificación realizada por José Pérez Sánchez, ex-coordinador de los proyectos de Radio Netherland Training Centre en América Latina, podría ser útil para esclarecer este punto⁵³:

- *Radio Internacional*, cuyo "objetivo principal es mostrar el rostro de sus países al mundo".
- *Radio Nacional*, que "con un lenguaje 'culto', sofisticado y refinado se convierte en el vocero oficial del gobierno".
- *Radio Comercial*, que junto con los equipos, han importado los rasgos principales de las emisoras de los Estados Unidos.
- *Radio Confesional*, cuyo "principal objetivo es la transmisión de mensajes religiosos".
- *Radio Educativa, Cultural o de Servicios*, en donde incluye a las escuelas radiofónicas, las emisoras gremiales, las universitarias, y las "adscribas a organizaciones educativas".
- *Radio FM*, a la que caracteriza como transmisora de "música la mayor parte del día", convirtiéndose en un telón de fondo de la vida del ciudadano de clase media, tanto en el trabajo como en el hogar".
- *Radio Clandestina* que está caracterizada por un rol político.

⁵³ ROMO, Cristina. *Op. cit.* p. 10

Como podemos observar, esta clasificación resulta insuficiente e inadecuada para México, puesto que la mayoría de la considerada "otra radio" entraría en el quinto apartado, y el resto sería una combinación entre *Comercial* y *Radio FM*. Además, varias de las emisoras que nos interesa estudiar se encuentran en una combinación entre *Popular, Educativa, Cultural o de Servicios y Clandestina*.

Por otro lado, la clasificación que nos ofrece la UNESCO deja de lado mucho, pues sólo las considera *emisoras gubernamentales, públicas y comerciales*, omitiendo las culturales, universitarias y populares.

Es claro que la mayoría de las clasificaciones antes señaladas no contemplan, o lo hacen muy someramente, la existencia de radio libres o alternativas, por lo que es necesario remitirnos a otras fuentes.

El antropólogo Eduardo Valenzuela, ex-presidente del Comité Organizador de la Asamblea y ex-vicepresidente de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, ofrece la siguiente clasificación de la llamada "otra radio", dejando de lado las emisoras comerciales⁵⁴:

- a) Católicas. Se caracterizan por un financiamiento religioso, cuyo fin es difundir el mensaje sagrado y realizar la conversión religiosa en los lugares a donde se trasmite. Asimismo, su función abarca cuestiones de carácter social y de servicio al radioescucha.

⁵⁴ Ponencia presentada por el antropólogo Eduardo Valenzuela *Política Internacional y Comunicación Alternativa*. IV Semana de Comunicación ANECO-FCPyS "Política Internacional y Medios de Comunicación" Del 12 al 17 de abril de 1993.

-
- b) Indígenas. La principal función de estas radios se dirige hacia la integración e identidad de los pueblos indígenas con la cultura mexicana y del rescate de las tradiciones, costumbres y valores de estos grupos, sin invadir sus terrenos y sí para compartir sus experiencias.
 - c) Rebeldes. Su participación se caracteriza y se ha hecho más evidente en los movimientos sociales, armados o no, dentro de diferentes países. Revoluciones armadas han tenido el apoyo de la radio como elemento de intercomunicación, de información y de difusión. Los movimientos obreros y estudiantiles también han sentido el apoyo de este tipo de radios.
 - d) Urbanas y populares. Son radios de baja potencia, que gracias a su crecimiento desmesurado en algunas ciudades latinoamericanas, han podido hacer frente y equilibrio a la comunicación dominante y comercializadora, tan presente en las urbes como donde más.
 - e) Obreras. Son las que se encuentran vinculadas a los sindicatos y que tienen una intencionalidad propagandística, sin transgredir sus límites de aceptación de la crítica, la polémica y su carácter contestatario. Cumple con la función de educación política.
 - f) Oficiales o gubernamentales. El caso más relevante son las radio comunitarias cubanas, que primeramente fueron introducidas clandestinamente, pero con el paso de los años y el triunfo de la Revolución se convirtieron en la voz del gobierno, no frente a grupos locales, sino a grupos exteriores (E.U.).
 - g) Libres.

-
- b) Indígenas. La principal función de estas radios se dirige hacia la integración e identidad de los pueblos indígenas con la cultura mexicana y del rescate de las tradiciones, costumbres y valores de estos grupos, sin invadir sus terrenos y sí para compartir sus experiencias.
 - c) Rebeldes. Su participación se caracteriza y se ha hecho más evidente en los movimientos sociales, armados o no, dentro de diferentes países. Revoluciones armadas han tenido el apoyo de la radio como elemento de intercomunicación, de información y de difusión. Los movimientos obreros y estudiantiles también han sentido el apoyo de este tipo de radios.
 - d) Urbanas y populares. Son radios de baja potencia, que gracias a su crecimiento desmesurado en algunas ciudades latinoamericanas, han podido hacer frente y equilibrio a la comunicación dominante y comercializadora, tan presente en las urbes como donde más.
 - e) Obreras. Son las que se encuentran vinculadas a los sindicatos y que tienen una intencionalidad propagandística, sin transgredir sus límites de aceptación de la crítica, la polémica y su carácter contestatario. Cumple con la función de educación política.
 - f) Oficiales o gubernamentales. El caso más relevante son las radio comunitarias cubanas, que primeramente fueron introducidas clandestinamente, pero con el paso de los años y el triunfo de la Revolución se convirtieron en la voz del gobierno, no frente a grupos locales, sino a grupos exteriores (E.U.).
 - g) Libres.

h) Educativas. En los programas de alfabetización de la CIESPAL y el INI se ha contemplado el uso de las radios comunitarias para desarrollar esta labor a gran distancia y en terrenos casi inalcanzables.

Debemos mencionar también a las radios denominadas "piratas" que se caracterizan por su clandestinidad, ya que no cuentan con un permiso que las ampare ante cualquier problema que se les presente con las autoridades, ya que entran al cuadrante sin autorización alguna. No tienen un lugar establecido de transmisión ni un sustento económico estable. Su programación es libre y abierta a todo ciudadano que desee participar.

Es conveniente resaltar que, al igual que la comunicación alternativa no tiene una definición concreta, la radio alternativa es llamada de varias maneras "otra radio", "radio libre", "radio popular", "radio participativa", etc. Igualmente cada una de ellas posee, según los investigadores, ciertas características que las hacen distinguir entre las demás. Sin embargo, la mayoría de ellas son comunes, o bien, se encuentran mezcladas sutilmente, o son una franca combinación. No deseamos encasillar a la radio alternativa y etiquetarla, simplemente deseamos presentar una serie de clasificaciones que se han hecho de este medio, para discernir de todas ellas la "radio comunitaria".

CAPÍTULO 3

RADIO COMUNITARIA

La diversidad de nombres que se refieren a la radio alternativa ofrece innumerables posibilidades de adaptación, según las características de la gente, de sus necesidades de comunicación específica, se puede elegir el nombre que más guste, sin que por ello exista una diferencia radical en el concepto. "En Canadá se conocen como radios comunitarias. En Europa prefieren llamarse radios asociativas. En África, radios rurales. En Australia, radios públicas. Y en América Latina, la variedad de nombres da cuenta de la riqueza de las experiencias: educativas en Bolivia, libres en Brasil, participativas en El Salvador, populares en Ecuador, indígenas en México, comunales aquí y ciudadanas allá... Cambia el traje, pero no el monje." ¹ Tal y como José Ignacio López Vigil (1993), presidente de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) advierte que, pese a la diversidad de nombres con que se las llama -participativa, cultural, educativa, indigenista- existen más semejanzas que diferencias en las propuestas de las "otras radios".

Estamos de acuerdo en que el nombre puede variar, pero el desafío de todas ellas es uno y el mismo: mejorar al mundo en que vivimos, democratizar la palabra para hacer más democrática a la sociedad.

3.1. DEFINICIÓN Y FUNCIONES

Propiamente no existe una definición estricta y detallada de "radio comunitaria" como tal, pero es posible rescatar una serie de características

de ésta que permita lograr un mejor acercamiento al término y delimitar sus funciones.

En primera instancia, Cristina Romo establece que lo que más distingue a este tipo de radio es que "suena diferente", que existe mayor respeto a la audiencia y en donde los locutores aparecen como "más cercanos".

Susana Albarrán, locutora de Radio Universidad y representante de AMARC en México, coincide con López Vigil en que para definir a la radio comunitaria, es mejor partir de lo que no es.

Podría pensarse en primera instancia que la baja potencia de una emisora podría constituirse como característica comunitaria; sin embargo no es así, ya que se limitarían a sí mismas desde el inicio y en la medida que crecieran perderían su identidad.

Aunque la palabra resulta engañosa pues comunitario suena a pequeño, a territorialmente limitado, tampoco tienen límites de alcance, como menciona Susana Albarrán, si una estación quisiera dirigirse a la comunidad (ojo con la palabra) de mujeres de la zona metropolitana del Valle de México, estaríamos hablando de una comunidad que atañe a más de 10 millones de individuos. De ninguna manera puede ser pequeña.

Tampoco tiene que ver con la localización, aunque en Bolivia comunitario sea sinónimo de campesino, las radios comunitarias bien pueden estar en medio de una ciudad capital, que en la periferia de un caserío marginado. En cualquier lugar donde haya gente, puede y debe haber una comunidad.

¹ LÓPEZ Vigil, José Ignacio. Manual urgente para radialistas apasionados. P. 530

En un inicio, el término de *radio comunitaria* comenzó como un término geográfico, efectivamente limitado en alcance y potencia, pero en la medida que los pueblos y las ciudades crecen, las necesidades de comunicación se van ampliando. Continuar atomizados significaría seguir limitados en términos de comunicación.

La frecuencia en la que se transmite tampoco determina si una radio es o no comunitaria. La banda del FM ha sido más socorrida ya que los equipos y antenas de transmisión resultan más económicos, pero la banda del AM y la OC también se han utilizado para fines comunitarios. También se consideran los centros de producción, que si bien no transmiten directamente, sí producen material con fines comunitarios. No hay que olvidar las bocinas o altoparlantes, que en ferias, fiestas y mercados juegan papeles muy importantes en la comunicación de la comunidad.

Lo comunitario tampoco está definido por la legalidad; aunque ninguna de ellas enarbola la bandera de la clandestinidad como característica innata, tampoco gustan de ser acusadas de atentar contra el orden público. Pero la legalidad o clandestinidad de estas estaciones se encuentra en la nebulosa zona de las legislaciones en cuanto a su definición, límites y reglamentos.

El medio radiofónico encierra muy diversas posibilidades de subversión, por lo que el Estado siempre ha tratado de mantenerlo bajo control; de ahí que, aunque "la Ley Federal de Radio y Televisión (...) no contempla la existencia de radios comunitarias como tales"² y no especifica las características y disposiciones de su tipología acerca de las radios permisionadas y concesionadas, el Estado mantenga un estricto control de

² "La diversidad cultural y las políticas de comunicación" Víctor Martínez. *Primeras Jornadas de la radiodifusión indigenista en México*. Cuadernos del INI N° 7. INI, p. 70

sus transmisiones; como la ley no hace distinción alguna entre emisoras de 5 watts o de 50 mil, ambas son objeto de riguroso monitoreo.

Las radio comunitarias no se encuentran fuera del cerco, pero sus rasgos les permiten ser más abiertas, participativas y polémicas, ya que por su posición fuera de la clasificación legal estipulada, no es posible determinar las características "legales" de un medio de este tipo.

La libertad de expresión está claramente expresada en todos los marcos jurídicos, el que no esté bien definida la forma y lineamientos para hacer válida esa libertad en el medio radiofónico específicamente, ya no es cuestión de quien hace uso de ella, sino de los gobiernos y sus representantes, así como de la obsolescencia de las leyes.

Son radios que pugnan por "un régimen de concesiones específicas para poder acceder a una propiedad de los medios diferenciada de la privada y a la estatal"³, que luchan por la reglamentación y legislación adecuada de los medios con el fin de devolverle al espacio radioeléctrico su característica de bien público y patrimonio de la humanidad, y de que todo grupo de ciudadanos organizados puede hacer uso de él, no como apropiación de renta personal, sino que contribuya al desarrollo de la comunidad.

Además, la validez de estas estaciones no está dada por la legalidad de las mismas, sino por la legitimidad que les confieren sus audiencias, el público que las escucha. Una vez que la emisora ha sido reconocida como propia por la comunidad, ya se ha dado el primer paso en el camino del reconocimiento legal del medio.

³ "Las radios comunitarias" Susana Albarrán. *Primeras...* p.170

“No sólo queremos, exigimos leyes y reglamentos que no sólo autoricen, sino que promuevan estas expresiones comunitarias donde se ejercita la libertad de expresión de la sociedad civil.”⁴

La mala calidad no tiene que ser distintiva de las radios comunitarias. Podría pensarse que la radio de aficionados, artesanal y espontánea, sería la contraparte de las emisoras profesionales y de alta calidad técnica; sin embargo, considerar que la radio comunitaria tiene que ser mala, la condenaría a ser siempre así y eliminaría por completo la competitividad frente a los grandes consorcios comunicacionales, quienes sí poseen los recursos financieros, humanos y materiales para transmitir sin dificultades.

El que los equipos no sean de última tecnología no significa que la calidad de los programas sea mala; el que los locutores sean improvisados no elimina que aprendan, mejoren y se capaciten; el que los recursos económicos con los que cuentan sean muy limitados no debe demeritar el esfuerzo de todos los que laboran en las estaciones para mejorar día con día en su respuesta hacia la comunidad que los escucha, en su profesionalismo. “Tan necesaria es la opción como la técnica, tan importante es el querer hacer como el saber hacer.”⁵

“En realidad, lo que caracteriza a la radio comunitaria no es su carácter local ni comercial, sino el fin que persigue, el poner en común (comunicación) no sólo a los mil que la escuchan en una localidad, población o colonia, sino a los 20 millones de habitantes que incluye la zona metropolitana.”⁶ Es necesario entender el concepto a partir de

⁴ LÓPEZ Vigil, José Ignacio. *Op.cit.* P. 549

⁵ LÓPEZ Vigil, José Ignacio. *Idem.* P. 534

⁶ Entrevista con Susana Albarrán, representante de AMARC en México, el 18 de mayo de 1998.

intereses comunes, y no como límites geográficos; si un grupo de vecinos decide llevar a cabo un proyecto radiofónico, lo que importa no son los linderos del barrio, sino las preocupaciones comunes, los retos compartidos para mejorar la calidad de vida de los pobladores. "La solidaridad y el sentido de pertenencia a la comunidad tienen su origen más en objetivos comunes evidentes que en la proximidad geográfica, ya sea 'natural' o creada".⁷ "El fin de la radio es el que cada quien proponga, porque en el uso de su derecho a ejercer su comunicación, puede elegir comunicarse exclusivamente con su comunidad."⁸

Radio *local* no equivale a radio *comunitaria*, porque no se define por los territorios que cubren, sino por los intereses que se apuestan. "La idea de asociar *comunidad* a *localidad* es relativamente reciente; atribuida en la idea de que en las sociedades del pasado la lealtad, las creencias y el parentesco proporcionaban una protección contra la maldad; los lazos duraderos de esta comunidad ideal constituían la base para la ayuda mutua y la comprensión, y la comunidad se cuidaba a sí misma, esto implica que todos tienen asignada una tarea básica."⁹

"No queremos ser la voz de los sin voz, porque el pueblo no es mudo. Ellos saben mucho mejor que nosotros lo que quieren y necesitan. Sólo les falta el canal de expresión, la nueva caracola tecnológica, la radio."¹⁰ Hay que permitir que la gente hable en las radios, se obtiene doble ganancia: el locutor aprende a escuchar y el oyente a hablar.

⁷ LEWIS Peter M. Y Jerry Both. *El medio invisible. Radio pública, privada, comercial y comunitaria*. p. 130

⁸ Entrevista con Susana Albarrán, representante de AMARC en México, el 18 de mayo de 1998.

⁹ LEWIS Peter M. Y Jerry Both. *Op.cit.* p. 129

¹⁰ LÓPEZ Vigil, José Ignacio. *Op.cit.* p. 521

El primer desafío de una emisora con responsabilidad social es amplificar la voz del pueblo y, de esa manera, legitimarla socialmente. "Nada nos humaniza más que el diálogo, la palabra"¹¹ y es esa palabra y su valor lo que atribuye la importancia educativa de estas emisoras. "Antes que cualquier mensaje, antes que cualquier consejo o programa de alfabetización, lo más liberador es la palabra. Barthes decía que el lenguaje sirve para pensar. Y Kant, que aprendemos a razonar hablando. El pensamiento es hijo de la palabra, no al revés. Nos hacemos hombres y mujeres a través del diálogo, de la comunicación. *Somos cuando decimos que somos.*"¹²

Durante cincuenta años, las emisoras de América Latina han empuñado la participación de la audiencia como perfil básico de sus programaciones. "En espera de que lleguen los caminos, las señales de radio estrechan lazos y abren oportunidades para que intercambien información los habitantes entre sí y con los diversos organismos dedicados a los asuntos ciudadanos."¹³

El carácter participativo social como medio de expresión, tanto de aceptaciones como de inconformidades con el régimen prevaleciente y su carácter alterativo les abre las puertas de los radioescuchas, es gente que desea escucharse unos a otros, que quiere enterarse de lo que pasa en su pueblo, su colonia, su vecindario; que el descontento que manifiestan en el interior de sus casas, en las charlas con compañeros de trabajo también se expresa en la radio.

¹¹ Ibidem.

¹² LÓPEZ Vigil, José Ignacio. *Op.cit.* P. 520

¹³ PEPINO Barrale, Ana María. *Las ondas dormidas. Crónica hidalguense de una pasión radiofónica.* p. 206

Los medios participativos son aquellos que "tienen claro quién y cómo es su auditorio y han establecido otras formas de comunicación, además de la radiofónica."¹⁴ Están en contacto directo con sus vecinos, platican con ellos, se forman juntos en la fila de las tortillas, se acompañan en las largas caminatas a pleno sol, o comparten un jarro de café frente al fuego; abren sus buzones a las cartas de la gente, tanto para enviar saludos como para solicitar una melodía. "la radio comunitaria se caracteriza porque considera al oyente como sujeto participante tanto en el plano político como en el artístico".¹⁵

"La radio debe ser de auténtico servicio público, define Pasquali, que facilite la participación de la audiencia, mantenga informada a la población de los actos de gobierno, de los acontecimientos en general, propiciar la discusión abierta de los problemas locales, regionales, nacionales e internacionales, auxilie en las tareas educativas, estimule las expresiones artísticas y culturales locales y esté abierta para apoyar el devenir cotidiano de la sociedad."¹⁶ Aunque es importante señalar que no porque sea una radio de servicio comunitario se convierte en radio comunitaria, como se ha visto las propiedades de ésta última van mucho más allá.

Sin embargo, es necesario que, aparte de hacer pública la palabra, se asegure la plena libertad de expresión de la sociedad civil con estaciones propias, que cuente con frecuencias de radio y televisión a través de las cuales pueda decir su palabra y proyectar una imagen independiente. La propiedad de los medios tiene relación directa con la democratización de

¹⁴ ROMO, Cristina, *La otra radio. Voces débiles, voces de esperanza*. Fundación Manuel Buendía, p. 23

¹⁵ LEWIS Peter M. y Jerry Both. *Op.cit.*, p. 161

¹⁶ ROMO, Cristina, *Op.cit.*, p. 109

los mismos, ya que el dominio económico es una de las características que determina la orientación política de los medios, tal y como lo vimos en el capítulo 2. La alternatividad de una radio, y en este caso su propiedad de comunitaria, está también determinado por quién es su propietario y cuál es su finalidad.

Según las tendencias actuales, para los inicios del nuevo milenio, los principales periódicos, revistas, libros, estaciones de radio y televisión, películas, grabaciones y redes de datos estarán monopolizados en unas cuantas grandes corporaciones. Son dos las razones principales de esta monopolización: en el aspecto económico, porque el pastel de la publicidad ya está siendo compartido por demasiados comensales; y en política, porque los medios de comunicación representan las vías para condicionar la intención de los votantes, "el dinero da votos y los votos más dinero".

"Tres o cuatro cadenas de radiodifusión vía satélite quieren asfixiarnos, consolidando un monopolio, ignorando que las radios provincianas cumplen un papel fundamental, mucho más allá de los efectos meramente empresariales, cuya decadencia tendría drásticas consecuencias para el desarrollo del país al desaparecer la radio provinciana, que es la voz de los pueblos, transmitiendo y comunicando sus causas más sentidas."¹⁷

El espectro radioeléctrico nos pertenece a todos y a todas, siendo un patrimonio de la humanidad administrado por los estados, de tal manera que lo que es de todos no puede quedar acaparado en manos de unos pocos, como afirma Fátima Fernández, "la creación de una sería de radiodifusoras

¹⁷ Fernando Cruz, presidente de OPERA, citado por Howard Frederick en "Democratizando el Ciberespacio" CHASQUI 45, abril 1993, pag. 42

comunitarias sería la pauta para la ruptura en el monopolio de los medios de comunicación".¹⁸

Sin embargo, no con esto estamos menospreciando las manifestaciones comunitarias que se han dado en estaciones comerciales. Existen programas con claras tendencias comunitarias, donde los locutores y conductores abren los micrófonos a expresiones del auditorio, tanto de cuestiones sentimentales hasta políticas, ideológicas, educativas y de la misma existencia humana. No hay que restar importancia a estos programas, pero "si tenemos oportunidad de casa propia, aunque pequeña, mucho mejor"¹⁹.

"Cualquiera que sea la propiedad, lo decisivo es que su periodismo sea independiente y no vocero de un partido o gobierno, que el dinero no condicione la libertad de expresión ni el pluralismo de las ideas, que la programación sea democrática y democratizadora".²⁰ Para López Vigil es más importante la apropiación de la emisora que la propiedad, porque si los oyentes la sienten suya, participan en ella, tienen voz y voto para orientar la programación, se ven representados en sus mensajes y la defienden cuando hay problemas. Ésa es la prueba de que la radio se ha hecho carne y sangre en la vida de la gente.

Además de todo, las radios comunitarias tratan de responder a los intereses de la gente a la cual pertenecen, y no sólo lo demuestran en el enfoque de sus opiniones y los temas que tratan sus programas, sino en la misma programación.

¹⁸ "Conclusiones". *Primeras...*, p. 261

¹⁹ LÓPEZ Vigil José Ignacio. *Op.cit.* P. 529

²⁰ LÓPEZ Vigil José Ignacio. *Op.cit.* P. 535

²¹ LEWIS Peter M. y Jerry Both. *Op.cit.* p. 176

Como en Radio Co-op, de Vancouver Canadá, “nos esforzamos por ser accesibles para los actores locales, artistas, trabajadores social o económicamente perjudicados... Nuestro objetivo es conseguir y brindar una información que no es accesible para el público, dirigida a grupos de interés en especial o a la audiencia en general”.²¹

La música es la materia prima de la emisión, sin embargo, se pretende que ésta no sea comercial, a no ser de gran calidad, sino más bien la que se produce en la región (indigenistas o populares) y que tenga una intención bien definida. Identifica los artistas, músicos y compositores de la región y toca su música. “Divulgar la cultura local es misión de una radio comunitaria. Es importante que la radio transforme cada programa en un difusor cultural. Una radio comunitaria debe ser educativa. Por ejemplo, cuando toca música de determinado cantante, diga quién es, hable sobre sus obras, la importancia de su trabajo, incluya entrevistas”.²²

La barra está basada más que nada en programas que tratan temas de salud, populares, de orientación, musicales, etc. producidos con el fin de responder a las necesidades e intereses del público. En este sentido, menciona Cristina Romo, la presión del tiempo es mucho menor, y si un programa obtiene respuesta enfática de la audiencia o se considera muy interesante, puede alargarse sin perjudicar tiempos comprometidos para otra cosa.

Todas las estaciones de este tipo pretenden abarcar el mayor espectro de audiencia posible, así tienen programas para amas de casa, niños, jóvenes, trabajadores, artistas, etc.; además de que poseen, casi

²² “Cómo instalar una radio comunitaria”. <http://www.web.net/amarc>

invariablemente, un programa de anuncios o servicio social, con una atención personalizada a los que recurren a éstos.

La mayoría de las estaciones tratan de mantener un servicio informativo veraz y oportuno, aunque muchas veces no cuentan con los recursos humanos y financieros para cumplir este objetivo al pie de la letra, así que recurren a enlaces con informativos del IMER, Radio Educación o notas extraídas de los periódicos nacionales y locales. Es de vital importancia los eventos locales que suceden en el área que cubren estas radios, por lo que se encuentran en constante contacto con la comunidad.

Ana María Peppino Barrale, maestra de la Universidad Autónoma Metropolitana-Atzacapatzalco, manifiesta su proyecto de construir el concepto de "radios comunitarias" como "constructor de comunidad, que favorezca el respeto por la diversidad porque ella enriquece el quehacer cotidiano del grupo social, y resulta una forma idónea para democratizar los procesos de comunicación basándose en que"²³:

- La radiodifusión es un buen espacio para ejercitar el derecho básico de comunicar.
- La radio comunitaria tiende a promover, difundir y apoyar las acciones para el desarrollo de la comunidad.
- En manos de organizaciones sociales sin fines de lucro, esta forma de hacer radio está legitimada por su audiencia.

²³ "Voces de mujeres, voces para el cambio" Ana María Peppino Barrale *Primeras...*, p. 130

- Sus objetivos coinciden con los de aquellas entidades, instituciones y organismos locales y nacionales que trabajan por el mejoramiento de las condiciones de vida de la región.
- Su consolidación y desarrollo depende en gran medida de la ejecución de acciones como investigación, capacitación de los comunicadores/as.
- Permiten el acceso a la palabra, a la producción y a la propiedad.

“Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos, cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente, cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana, cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogeneización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical que imponen las disqueras; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, esa es una radio comunitaria.”²⁴

Como define Radio Co-op, estación de radio alternativa en Vancouver, Canadá, “una emisora no comercial, basada en la comunidad, que lucha para conseguir una programación no sexista, antirracista y sin límites, fronteras ni edad, se dedica principalmente a aquéllos que no pueden acceder a los medios de comunicación establecidos.”²⁵

²⁴ “Radio Teocelo: un modelo de radio comunitaria en México” *Primeras...*, p. 144

²⁵ LEWIS Peter M. y Jerry Both. *Op.cit.*, p. 176

En Radio Teocelo, bastión de la radio comunitaria en México, se plantea un proyecto de radio para el nuevo milenio:

- una radio que asuma el reto de la masividad, que abarque lo rural y lo urbano; que incorpore los nuevos temas como la ecología; los nuevos protagonistas, como el de las mujeres y los jóvenes, y también los nuevos discursos y estilos;
- una radio que sea atractiva, informativa, polémica y festiva;
- una radio que sea competitiva con las demás emisoras sin apartarse de su identidad popular y de sus opciones fundamentales;
- una radio que tenga incidencia en la opinión pública;
- una radio que participe de lleno en la sociedad civil, aliándose con quienes también buscan la democratización de la comunicación y de la sociedad en general;
- una radio que sea autofinanciable;
- una radio que incorpore la nueva tecnología;
- una radio que capacite a su propio personal, para tener niveles de profesionalismo;
- una radio que diseñe líneas de investigación para conocer más y mejorar las expectativas de los oyentes.²⁶

²⁶ "Radio Teocelo: un modelo de radio comunitaria en México" *Primeras...*, p. 143-144

En este sentido, en Radio Teocelo, estación radiofónica ubicada en Veracruz, México, se ha perfilado un “modelo de radio comunitaria”, cuyos logros parciales son:

- “nuestra audiencia reconoce un estilo diferente de hacer radio, valora contenidos y formas muy propios de la zona, lo que les provoca un sentido de pertenencia: sienten a Radio Teocelo como su radio;
- a través de este medio se expresan los distintos sectores del pueblo, con sus propias palabras, hablando los temas de su interés y redescubriendo su propia identidad;
- por medio de la radio la gente se educa a sí misma, al difundir diversas ideas y valores, promoviendo un cambio de mentalidad, alentando el mejoramiento de la calidad de vida, contribuyendo al desarrollo de las ideas políticas democráticas y adquiriendo una conciencia como sociedad civil.”²⁷

En definitiva, lo importante es determinar y establecer los objetivos de la radio. Rafael Roncagliolo, presidente de AMARC, habla de tres lógicas de funcionamiento que marcan la verdadera diferencia entre los medios de comunicación:

- La lógica de la rentabilidad económica, propia de los medios comerciales, para quienes la finalidad primera es ganar dinero.
- La lógica de la rentabilidad política, de los medios estatales, partidarios o proselitistas, que muchas veces trabajan como aparatos

de propaganda del gobierno en turno o con la finalidad de ganar adeptos y votantes.

- La lógica de la rentabilidad sociocultural, que es la que define a los medios comunitarios, porque la lucha es por el servicio a la comunidad, a la sociedad civil.

Sin embargo, las radios comunitarias también tienen un matiz político, en el sentido de que tratan de influir en la opinión pública, de inconformar, de alterar –de ahí que también se les llame *medios alterativos*–, crear consensos, ampliar la democracia; porque las radios comunitarias han sido y seguirán siendo de oposición a cualquier sistema que ponga los haberes sobre los seres, que discrimine a las personas por raza, sexo o credos, que permita que a unos pocos les sobre lo que a otros tantos les falta. “En definitiva, y por ello el nombre, se trata de construir comunidad.”²⁸

Ejemplo de las características y funciones que cumple una radio comunitaria, están representadas en los requisitos que la NFCB (Federación Nacional de Radiodifusores Comunitarios) en Estados Unidos establece para pertenecer a ella²⁹:

- Se incorporara como una organización sin afán lucrativo.
- Estuviera dirigida por un grupo representativo de la comunidad a la que sirviera.

²⁷ *Idem*, p. 141

²⁸ LÓPEZ Vigil José Ignacio. *Op.cit.* P. 539

²⁹ LEWIS Peter M. y Jerry Both. *Op.cit.* p. 167

-
- Tuviera un compromiso establecido y demostrado sobre la participación de las mujeres y la gente del Tercer Mundo en todos los aspectos de su organización y funcionamiento.
 - Tuviera un compromiso establecido y demostrado sobre el acceso del público en general a la radio.
 - Intentara proporcionar un servicio al público en general y no a un grupo, organización o institución en concreto.
 - Buscara reflejar una diversidad de culturas y opiniones de la comunidad.

Según la NFCB, las características clave de la radio comunitaria son “la comunidad local como elemento de control, normalmente por medio de una junta gerente; y el compromiso al acceso por parte de la comunidad, especialmente para aquellos que normalmente están excluidos de los medios de comunicación. Esta política implica el uso de voluntarios y requiere un programa de formación; tanto la planilla remunerada como los voluntarios tienen que tener voz y voto en la política interna y externa de la empresa.”³⁰

La Community Radio Association (CRA), con sede en Inglaterra, define que las funciones de las emisoras de radio comunitaria ³¹ son:

- Servir a comunidades de interés.

³⁰ *Idem.*, p. 168

³¹ *Idem.*, p. 283

- Facilitar el progreso, el bienestar y el disfrute de los oyentes cubriendo sus necesidades de información, de comunicación y cultura.
- Fomentar la participación de los oyentes proporcionándoles acceso a la formación, facilidades de producción y transmisión.
- Involucrar a las secciones de la comunidad en desventaja o con menor representación en las emisiones de los servicios existentes.
- Reflejar la pluralidad y diversidad de opiniones de la comunidad y proporcionar el 'derecho a réplica' a cualquier persona o institución.
- Extraer su programación de fuentes regionales o locales más que de las nacionales.

Por su parte, la Asociación Brasileña de Radiodifusión Comunitaria (ABRACO) elaboró un código de ética para las radios comunitarias, en donde también establece claramente sus funciones, obligaciones, derechos y responsabilidades:³²

La radio comunitaria tiene como premisa fundamental una *intransigente* defensa y práctica de la democracia en la sociedad, de la cual es componente esencial la democratización de los medios de comunicación de masas, especialmente la radio y la televisión.

La ABRACO se sitúa en el campo de los movimientos populares, estando sus asociados comprometidos con los intereses de lucha de estos

³² "Cómo...". <http://www.web.net/amarc>

sectores sociales, en especial contra toda y cualquier forma de exclusión, discriminación o prejuicio, sea de género, raza, religión o cultura, sea de condición social, económica o de preferencias sexuales.

1. Las entidades relacionadas a ABRAÇO se comprometen a luchar por la democratización y control público de los medios de transmisión para la sociedad civil.
2. Las emisoras de radiodifusión comunitaria deben pertenecer a entidades de carácter cultural y comunitario, sin fines de lucro, constituidas, prioritaria y preponderantemente por organizaciones y movimientos formados y no formados, siendo controladas por consejos comunitarios en donde los diversos sectores de las comunidades estén representados.
3. Las entidades y emisoras de radiodifusión comunitaria tienen el compromiso de no realizar no posibilitar cualquier tipo de proselitismo, sea político-partidario, religioso o de cualquier especie.
4. Las entidades y emisoras de radiodifusión comunitaria tienen el compromiso de buscar reflejar la pluralidad de opiniones que envuelven los hechos divulgados, respetando los derechos individuales y colectivos.
5. Las entidades y emisoras de radiodifusión comunitaria tienen el compromiso de apoyar y difundir la producción cultural de las comunidades en las que están insertas.
6. Las entidades y emisoras de radiodifusión comunitaria tienen el compromiso de respeto mutuo, lo que, entre otras cosas, significa observar la compatibilidad de frecuencias y potencias y priorizar el diálogo y la negociación.

7. Las entidades y emisoras de radiodifusión comunitaria tienen el compromiso de buscar y asegurar el desenvolvimiento de un lenguaje adecuado a la comunidad.
8. Las entidades y emisoras de radiodifusión comunitaria tienen el compromiso de mantener un grado de programación variado, donde se garantice el debate de ideas, el acceso de las entidades, movimientos y personas de las comunidades, para presentar reivindicaciones, sugerencias, denuncias de violaciones de derechos y posturas.
9. En busca de apoyos culturales y publicidad por las entidades y emisoras de radiodifusión comunitaria debe garantizar, en la medida de lo posible, el acceso a pequeñas empresas de la comunidad, que tengan dificultad de acceso a los grandes medios de comunicación de masas.
10. Las entidades y emisoras de radiodifusión comunitaria tienen el compromiso de desenvolver, con las organizaciones y personas que las constituyen, mecanismos para su manutención, buscando una autonomía financiera y sin establecer vínculos de dependencia.
11. Las entidades y emisoras de radiodifusión comunitaria tienen el compromiso de defender los derechos de la ciudadanía, divulgando las garantías constitucionales legales, incluso a través de la realización de campañas denunciando sus violaciones.
12. Las entidades y emisoras de radiodifusión comunitaria tienen el compromiso de contribuir con decisión con los proyectos de educación de las comunidades, incluso realizando campañas educativas y de investigación, dirigidas por la valorización de la vida.

13. Las entidades y emisoras de radiodifusión comunitaria tienen el compromiso de mantener sus equipos en adecuado funcionamiento, de manera que no perjudiquen a otras emisoras de servicio de telecomunicaciones.

Finalmente, la radio comunitaria se define por su adjetivo, comunitaria, pertenece a la comunidad y de ella se desprende. La activa participación del grupo social al cual dirige su mensaje es la base de estas emisoras; la elaboración, programación, administración y transmisión están, completa o en gran parte, en manos de los pueblos que son receptores de esas emisiones. Lo comunitario no es un documento que se firma en la inauguración de la emisora y se guarda en un cajón, es una forma de vivir, de pensar, de relacionarse con el público.

3.2. ¿DE, POR Y PARA LAS COMUNIDADES?

El objetivo de las radios comunitarias es lograr un acercamiento entre el medio de comunicación y la comunidad a la que se dirige, tanto programación, locutores y mensajes se encuentran más cercanos a sus receptores que las demás.

Una radio es comunitaria gracias a la participación de los integrantes del medio de comunicación, "quienes directamente convivimos con la gente desde la emisora; no solamente hablamos a través de la cabina", dice Aarón Mora, locutor de Radio Teocelo, "nosotros mismos vamos desde la cabina hacia las comunidades (...) realizamos un trabajo de 'milusos', porque somos tanto conductores de noticiarios como conductores de programas, reporteros, corresponsales y hacemos mil cosas más".³³

³³ *Primeras ...*, p. 154

La radio comunitaria es la que está al tanto de lo que gusta y quiere su gente, y no sus propietarios financieros o políticos, sino aquella que se ha apropiado de la estación, que la ha hecho formar parte de su vida cotidiana, que la escucha y participa con ella: quién es, qué quiere, cómo lo quiere. La radio comercial también toma en cuenta a su auditorio, lo mide por *rating* y análisis de mercado con una finalidad única: las ganancias financieras, define el rostro de sus radioescuchas en términos de lo que compran y consumen.

José Ignacio Vigil declara que "democratizar las ondas para democratizar a la sociedad" es el postulado que funciona como principio y fin de las radios comunitarias, las cuales se definen por su contribución a construir la solidaridad y democracia comunitarias.

Es decir, mediante las radio comunitarias el proceso de democratización de las sociedad está en funcionamiento. Desde los núcleos más pequeños de ésta, como la familia, son atendidos por la radiodifusión comunitaria y se pretende lograr una integración local o regional para hacer frente a problemas sociales, económicos o políticos de nivel nacional.

Las políticas de la radio comunitaria incluyen: el respeto, la revaloración y la promoción de la cultura popular a través de la participación de diferentes sectores de la población en la emisora, en la información, en la producción y en la organización. Las líneas son: 1) Un enfoque democrático; 2) la participación de las audiencias; y 3) el respeto a la pluralidad.³⁴

³⁴ CORTEZ Ruíz, Carlos. *La Información y la Comunicación en la Democratización de la Sociedad Rural: Posibilidades y Limitaciones*. Universidad Autónoma Metropolitana- Xochimilco, México

Para Vinny Mohr, directora de Radio Coop en Vancouver la radio local es como un espejo, donde los ciudadanos se ven reflejados, miran sus problemas, imaginan soluciones, hablan entre sí, suenan sus músicas preferidas, cruzan opiniones y se organizan para mejorar su calidad de vida. Se logra una comunicación intensa, la comunidad se escucha y crece su autoestima, individual y colectiva. La radio nacional es como una ventana, para ver qué pasa en el país, para divisar otros mundos, para conocer la diversidad de culturas, costumbres y creencias y aumentar el respeto por los demás.

La radio local construye identidad; la radio nacional construye solidaridad. Y necesitamos ambos, espejos y ventanas, reflejos y horizontes. La local muestra que no valemos menos que otros; la nacional, que no valemos más.

Pero hay que lograr equilibrio. La radio-espejo solita cansa, hay que tomar distancia para relativizar los problemas de la esquina y descubrir que el mundo es más grande de lo que alcanzamos a percibir a simple vista. Pero si nos pasamos la vida en el balcón, mirando al horizonte, resulta difuso de tan amplio, se pierde el enfoque de las cosas y termina por creerse que todo lo que viene de fuera es mejor. "En los extremos estarían, una radio que opta por aislarse y hacer la del avestruz, con una propuesta local y cerrada, como quien se mira el ombligo; o una radio que se desdibuja y pierde su perfil en un sancocho de enlatados que vienen de todo el mundo."³⁵ De hecho, este equilibrio debe verse reflejado en la

³⁵ GUTIÉRREZ, Hernán. *Entre lo local y lo global. La radio popular en América Latina*.
<http://www.aler.org.ec>

programación, "como toda casa bien organizada, nuestra casa lucirá espejos y abrirá ventanas para verse y para ver; para apreciarse y para apreciar".³⁶

El movimiento de las radios comunitarias ha establecido varios compromisos, que se resumen, según el expresidente de la AMARC, José Ignacio López Vigil, en cuatro:

- Contribuir al desarrollo. La comunicación es indispensable para el desarrollo, entendiendo comunicación como un espacio de diálogo, de interacción entre sujetos; y desarrollo como el mejoramiento de la calidad de vida de la población. La comunicación aporta el elemento subjetivo a los proyectos de desarrollo y crecimiento de la sociedad, la comunicación que promueven las radios comunitarias invitan a los ciudadanos a protagonizar los planes de desarrollo. "Ese espacio subjetivo que tiene que ver con los estados de ánimo, las voluntades, las sensibilidades, que hacen que la gente asuma un compromiso real con las propuestas de desarrollo corresponde al terreno de la comunicación."³⁷
- Ampliar la democracia. Las radios comunitarias, independientes de intereses políticos y comerciales, pueden y deben asumirse como parlamentos al aire libre, como ágoras de ciudadanía; a través de ella, la gente opina sobre la gestión de sus gobernantes, suma y resta apoyos, cuestiona y exige transparencia política y económica. "Hoy en día, hablar de paz y democracia es referirse a dos elementos inseparables para lograr una verdadera libertad de expresión y, en este sentido, son precisamente las radios comunitarias las que

³⁶ LÓPEZ Vigil José Ignacio. *Op.cit.* P. 523

³⁷ ARMAS Segundo. *Imaginándonos el futuro*. IILLA, Lima, 1995, p. 50

pueden ayudar a consolidar estas aspiraciones al constituirse en verdaderas tribunas abiertas para toda la sociedad, sin discriminación de ningún tipo.³⁸

- Defender los derechos humanos. La sociedad civil necesita espacios en donde denunciar las violaciones que se cometen a diario; necesita intermediarios que actúen como árbitros para negociar arreglos y ayudar a buscar soluciones; pero también necesita padrinos, que hagan pesar su influencia y recursos para defender a los débiles y actuar e su beneficio y defensa.
- Proteger la diversidad cultural. Frente al cada vez más acelerado proceso de globalización y homogeneización que se está dando en el mundo, las radios comunitarias se han convertido en baluartes de la defensa de los valores culturales propios, de los idiomas en primera instancia, en defensores de las tradiciones, la historia, el extenso acervo cultural y social que caracteriza a cada pueblo: las historias, las leyendas, la música, las recetas, los acontecimientos, las lenguas y los dialectos. "Las radios comunitarias promueven el derecho a ser diferentes, a pensar con cabeza propia, a gustar con paladar propio".³⁹ "La radio busca revalorar la cultura de los pueblos, difunde sus logros y luchas, abre los micrófonos a la voz de las lenguas autóctonas."⁴⁰

³⁸ Federico Mayor, director general de la UNESCO, en mensaje dirigido al Seminario "Democratizar el espectro radioeléctrico". Caracas, 15 de noviembre de 1996

³⁹ LÓPEZ Vigil José Ignacio. *Manual urgente para radialistas apasionados*. P. 547

⁴⁰ CORTEZ Ruiz, Carlos. *Op.cit.*

⁴¹ Toborm Krogh, presidente de la conferencia general de la UNESCO, en mensaje dirigido al Seminario "Democratizar el espectro radioeléctrico". Caracas, 15 de noviembre de 1996

“Los medios comunitarios son la base de una participación democrática, de la creación de un discurso multilateral en el que todos tienen espacio y, al mismo tiempo, constituyen el soporte técnico ideal para hacer llegar las opiniones de los sectores más diversos. De hecho, a través de las radios comunitarias se gestan los nexos para una sociedad interactiva y responsabilizada de su propia representación”.⁴¹

3.3. APOYOS Y FINANCIAMIENTOS

Muchas de las radios comunitarias se enfrentan a un sinnúmero de trabas, tanto administrativas, legales y económicas para poder transmitir, por lo que su desarrollo y crecimiento ha sido lento, penoso y en casos contados.

Como es bien sabido, las radioemisoras concesionadas, sean estatales o comerciales, mantienen su funcionamiento debido a la publicidad, transmiten una intencionalidad mercantil y propagandística, lo cual es completamente antagónico a la naturaleza misma de las radios comunitarias. Así, aparte de lo que podríamos llamar restricciones naturales, la misma ley prohíbe a las radios permitidas, en donde podrían encajarse las comunitarias, la transmisión de publicidad.

“El financiamiento es, tal vez, el principal problema de la otra radio, por eso es otra. La actividad radiofónica cultural nos cuesta a todos y económicamente no retribuye. La ley sólo se ocupa de las estaciones permitidas para decir que les será revocado si enajenan su actividad, con lo que se veda la posibilidad de ser autosuficientes.”⁴² Partiendo de la premisa que radio comercial es aquella que pasa anuncios publicitarios,

⁴² ROMO, Cristina, *Op.cit.*, p. 25

entonces la radio comunitaria no los pasa, no sólo por cuestiones legales, sino desde el concepto.

A este respecto, el investigador Luis Dávila propone la necesidad de “quitar el cinturón de castidad de rechazar los anuncios comerciales” y se aúna Mariano Valderrama, director del CEPES, al establecer la diferencia entre sin fines de lucro y con fines de quiebra, porque el concepto de lucro no es equivalente al de “apropiación privada de los beneficios, una empresa social puede y debe tener logros, generar ingresos y ser rentable; la diferencia radica en que esos excedentes no van a parar a bolsillos privados, sino que se reinvierten en su totalidad para mejorar el mismo medio de comunicación”.⁴³

La diferencia está en los fines que se persigan con la venta del espacio radiofónico, para enriquecerse o para mantenerse y mejorar, “una radio comunitaria puede –sin que por ello se corrompa o prostituya- captar publicidad comercial y transmitirla; no es vampiro quien necesita sangre, sino quien vive para ella.”⁴⁴ “La radio comunitaria va a tener que abrir espacios comerciales a la larga, que obedezcan a objetivos de captación de audiencias y recursos, pero sin que afecte a su misión de participación clara de la comunidad o comunidades que la conforman.”⁴⁵

Aunque la mayoría de ellas depende necesariamente de una asociación civil que respalde su funcionamiento y transmisión, el personal que labora en este tipo de empresas recibe un escaso o nulo sueldo –algunos colaboran desinteresadamente, pero son los pocos- por lo que el equipo humano con

⁴³ LÓPEZ Vigil José Ignacio. *Op.cit.*, p. 537

⁴⁴ *Ibid.*, p. 537

⁴⁵ Entrevista con Susana Albarrán, representante de AMARC en México, el 18 de mayo de 1998.

el que se cuenta es muy poco. Es necesario que gente con conocimientos colabore en las estaciones, tanto en la grabación, producción y transmisión de los programas, como en la capacitación de los voluntarios, tanto externos como de la comunidad, que desean participar en la emisora.

La cuestión técnica puede representar un grave obstáculo, ya que la falta de preparación de algunos grupos, decididos a instalar y echar a andar una estación, los desalienta y su proyecto puede venirse abajo. Sin embargo, el apoyo de grupos, instituciones y personas preparadas contribuye en gran medida en el desarrollo de estos proyectos, sobre todo en el área de la capacitación y orientación.

Por otro lado, el equipo técnico para la transmisión debe ser aportado por ese mismo grupo o por la comunidad, que generalmente está en precarias condiciones económicas, así que deben recibir apoyo de alguna institución gubernamental, contribuciones, donaciones o cooperaciones para conseguir el equipo y la capacitación necesaria para su funcionamiento, de modo que si no se contempla esta posibilidad de financiamiento, la radio comunitaria puede desaparecer rápidamente ahogada por los medios de comunicación grandes, poderosos y rentables.

En el otro lado de la cuerda, la radio comunitaria también puede funcionar con un equipo modestísimo y funcionar perfectamente, pero no es el caso de todas. "Tal vez algunos piensen que la inversión es inaccesible para una junta de vecinos o una cooperativa. No es así. Cuando me invitan a un taller de capacitación, suelo viajar con una radio que no figura en el *handbook* de emisoras de la región. Es tan portátil que cabe en un maletín de mano. Es tan barata que sus componentes apenas cuestan 150 dólares, incluida la antena. Es tan insignificante que la seguridad de los aeropuertos

la suele confundir con una cajita de juguete. Pero funciona, transmite en la banda de los 89.3 FM. Y cubre un kilómetro a la redonda."⁴⁶

Legal y administrativamente, los obstáculos son mucho mayores, pues los requisitos impuestos por la SCT son excesivos para las estaciones pequeñas y comunitarias. Ante esto, algunos recurren a la clandestinidad, lanzan sus emisiones al aire y, algunas veces, sobre todo con la saturación del espectro en el D.F., invaden las frecuencias autorizadas, por lo menos en las zonas en la que es posible recibir sus transmisiones. Si bien en la provincia el espectro se encuentra mucho más libre, no siempre les es posible depositar las fianzas requeridas por la SCT para la tramitación de sus permisos, o sus condiciones legales no son estables, entonces transmiten sin permiso de ninguna autoridad y en potencias muy reducidas. Como ya se ha visto, estas emisoras están condenadas a ser pequeñas e inestables, porque desde el principio se están limitando a sí mismas.

Aunque los requisitos y condiciones que se establecen en nuestro país para poseer una frecuencia de transmisión radiofónica son limitativos para levantar una antena en un solo día y comenzar a transmitir, existen asociaciones locales, nacionales e internacionales que apoyan, promueven y orientan acerca de estas inquietudes y necesidades.

3.3.1. ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE EDUCACIÓN RADIOFÓNICA (ALER)

ALER es una asociación civil sin fines de lucro de inspiración cristiana fundada el 22 de septiembre de 1972, que agrupaba inicialmente a las "Escuelas Radiofónicas" de América Latina, a las que se incorporaron otras

⁴⁶ LÓPEZ Vigil José Ignacio. *Op.cit.*, p. 528

experiencias con programaciones de "Educación no formal", de manera que fue transformándose en una asociación de radios populares masivas.

La autoridad máxima de ALER es una Asamblea General de Socios que se reúne cada tres años, la cual elige a una Junta Directiva que preside políticamente la Asociación. El funcionamiento operativo está a cargo de una Secretaría Ejecutiva, cuya sede se encuentra Ecuador, y que cuenta con un equipo de técnicos, productores y capacitadores.

Actualmente la integran 92 experiencias de radios e instituciones de comunicación popular en 17 países de América Latina y el Caribe de las cuales 75% son emisoras de radio y 25% son centros de producción, coordinadoras nacionales de radio e instituciones de comunicación, promoción y desarrollo. De las instituciones que apoyan estas experiencias radiofónicas y de comunicación popular, 57% son Fundaciones o Asociaciones civiles sin fines de lucro; 33% son Instituciones propiedad de Congregaciones religiosas o Diócesis de la Iglesia Católica y 10% son Empresas o sociedades comerciales. Aunque la mayoría de nuestras afiliadas transmiten en castellano (65%), el 32% lo hace en lenguas originarias de la localidad donde se encuentran, entre ellas quechua/quichua, aymará, chiquitano, guaraní, páez, quiché, cakchiquel, chortí, mam, q'echi, pokomchi, achi, tzutujil, tepehua, otomí, nahua, emberá, waunam, creol, kariña y wayuu.

Los objetivos de ALER están encaminados a "fortalecer el movimiento de la radio popular y la democratización de las comunicaciones en América Latina para contribuir a la construcción de sociedades democráticas y participativas, donde los pobres sean protagonistas de su propio

desarrollo.”⁴⁷ Lográndolo a través de la consolidación de las radios populares a nivel local y la formación de redes radiofónicas de alcance nacional, regional y continental.

ALER trabaja en varias líneas de acción para lograr sus objetivos:

- Capacitación radiofónica
- Producción radiofónica
- Tecnología
- Investigación
- Sostenibilidad
- Relacionamiento

Como parte del proyecto de fortalecimiento de las radios populares, ALER ha desarrollado un proyecto informativo, que consiste en la producción radiofónica diaria de un servicio informativo latinoamericano, transmitido vía satélite a 50 emisoras populares de América Latina, cuya audiencia potencial, en conjunto, alcanza alrededor de 35 millones de personas.

Este servicio informativo tiene la particularidad de que sus criterios de selección de información y enfoque de sus noticias es consecuente con los intereses y aspiraciones de los sectores populares.

La producción informativa tiene como sustento principal, una red de corresponsales propios de las distintas afiliadas de ALER en 17 países de América Latina. Además, de la participación de colaboradores independientes quienes aportarán con análisis y comentarios a toda la red. Además de la red de corresponsales propia, el equipo responsable se

⁴⁷ Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica. <http://www.aler.org.ec>

alimentará de información de otras redes latinoamericanas de noticias, agencias de prensa, publicaciones especializadas y de la información que circula a través de la Internet.

Los servicios informativos consisten en la producción de boletines diarios de información latinoamericana; un boletín deportivo y un espacio de resumen y análisis informativo semanal.

Los objetivos del proyecto son:

1. Informar diariamente, con un enfoque popular, sobre los hechos más importantes que suceden en América Latina.
2. Lograr mayor incidencia de la opinión pública latinoamericana, con enfoques distintos sobre los grandes temas cotidianos y con la incorporación de nuevos temas de interés popular para que sean debatidos por los ciudadanos.
3. Desde el ámbito de la información, contribuir a la integración del pueblo latinoamericano a través del intercambio de experiencias que buscan propuestas de solución a sus problemas.
4. Apoyar la ampliación de la red de emisoras populares latinoamericanas.

3.3.2. AMÉRICA LATINA EN RED (ALRED)

América Latina en Red es una iniciativa de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, ALER, y es una red latinoamericana de emisoras populares que, en conjunto, producen programas de radio y los distribuyen vía satélite, a las emisoras afiliadas en

17 países de América Latina. ALRED se inaugura con 47 emisoras en 14 países, como primera etapa. Posteriormente se irán sumando más emisoras hasta completar todas las que actualmente están afiliadas en ALER, que son alrededor de 100.

La inversión inicial para instalar la red fue cubierta con fondos propios de ALER y con un aporte de la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura). Los gastos operativos serán cubiertos a través de aportes mensuales de las radios afiliadas y la venta de publicidad y patrocinios comerciales. Parte de la programación educativa se financiará a través de instituciones internacionales de cooperación.

ALRED busca fortalecer las radios locales, ofreciendo programas de calidad que complementen su programación diaria y brindar la posibilidad de que las emisoras se integren en una red nacional y continental que les permita proyectar su acción hacia un ámbito mayor que el de sus propias regiones de cobertura. "América Latina en Red quiere ser el ejemplo de cómo acceder a la tecnología de punta para construir una red continental que intercomunique a las emisoras populares y, a la vez, posibilite la globalización de su propuesta al conjunto de las sociedades latinoamericanas".⁴⁸

A pesar de los avances tecnológicos, no existen canales directos para la intercomunicación entre los ciudadanos y los pueblos de América Latina, que les permitan entrar en diálogo, conocerse y buscar soluciones comunes a problemas comunes. Por tanto, ALRED pretende intercomunicar las radios y los pueblos de América Latina.

Su funcionamiento técnico se basa en un sistema de distribución de la señal y un sistema de producción. El sistema de distribución está compuesto por una estación satelital que sube la señal, desde Ecuador, y a través del satélite PAS-3 la distribuye hacia toda América Latina. Para recibir esta señal, cada emisora tiene una antena parabólica y un receptor satelital, Se trata de una señal de audio comprimido, de calidad digital.

El sistema de producción está compuesto por una serie de computadoras, conectadas a INTERNET y ubicadas en distintas emisoras de América Latina, que envían programas de audio a la sede del sistema ALRED, en Ecuador. Una vez los programas en Quito, se suben al satélite y se distribuyen hacia todo el Continente. Este sistema permite que las emisoras participen de la programación y tengan la posibilidad de subir señal propia al satélite. En los sitios donde no hay acceso a INTERNET, los materiales se enviarán a Ecuador por otras vías, correo rápido o teléfono.

La oferta para las emisoras es de 5 tipos de programas: noticias, música, programas educativos, de evangelización y programas en idioma quichua. Diariamente se ofrecerá alrededor de 3 horas de programación. Además de los programas comunes para todos, habrá programas específicos para algunos países (Venezuela, Perú y República Dominicana).

3.3.3. ASOCIACIÓN MUNDIAL DE RADIOS COMUNITARIAS (AMARC)

La AMARC es una asociación con más de 15 años de existencia, que agrupa a las radios comunitarias de todo el mundo, tanto en los países del Primer como del Tercer Mundo, con sus correspondientes diferencias, como

⁴⁸ GUTIÉRREZ Hernán. *Op.cit.*

señala Luis Dávila, investigador ecuatoriano, “en el Primer Mundo, las radios comunitarias reivindican los derechos de las minorías como homosexuales, nacionalidades oprimidas, las mujeres; en el Tercer Mundo la radio comunitaria es la voz de la mayoría, o mejor dicho, de las mayorías”.

AMARC representa más una figura de asesoría, no como un organismo que promueva la proliferación de antenas sin ton ni son, ya que es sabido de antemano que los mecanismos legales son infranqueables. AMARC no avala la ilegalidad; al contrario, pugna por la actualización, modificación e incorporación de los marcos jurídicos y legales en los países donde tiene representación.

En un principio, se explican los procedimientos técnico y legal necesarios a la gente que acude a la Asociación con el interés de tener una radio. Como primer requisito, debe ser un organismo legal bien constituido. Tener definidos sus objetivos, su audiencia y su misión. No se trata de desestimular esas inquietudes, sino de ayudar a concretizarlas y “aterrijarlas” en algo viable y real. Se trata de ayudar a definir su proyecto, de concientizar el significado de hacer radio y, si de entrada no se cuenta con antena, permisos y requerimientos técnicos, proponer la creación de un centro de producción, con la finalidad de elaborar productos que se puedan escuchar en la radio. Es tan sólo la guía para que se aclaren expectativas y objetivos, se determinen y afinen metas y, si el interés es manifiesto y contundente, apoyar las iniciativas de instalar una antena transmisora.

Dentro de la AMARC se encuentran representados los cinco continentes del planeta y durante sus congresos se discute ampliamente

acerca del desarrollo y futuro de este medio, las propuestas o sugerencias y cada año se incorporan nuevos países al contar con sus radios comunitarias.

México ya ha tenido la oportunidad de ser huésped de AMARC, en su 5ª Reunión, que del 23 al 29 de agosto de 1992 se llevó a cabo en Oaxtepec Morelos, donde asistieron más de 400 representantes de 51 países distintos. En esta reunión se discutieron varios puntos, pero las conclusiones y propuestas se resumieron así:

- Garantizar la permanencia de la radio comunitaria en el siglo XXI mediante el uso de nuevas tecnologías como redes de informática, uso de módems, comunicación vía satélite y antenas parabólicas.
- La instauración del premio AMARC que se entregará a la radio más heroica, cuyo trabajo sea ejemplo de las radios comunitarias.
- La creación de una red de radiodifusoras indígenas en América Latina que promueva el uso de lenguas autóctonas y la constitución de una agencia de prensa indígena.
- Se dio la posibilidad de hacer rentable la empresa con creatividad, agresividad en la venta de anuncios o experimentar nuevos métodos de autofinanciamiento; lo anterior ante la perspectiva de la no dependencia indefinida de los subsidios, ni de la participación de personal voluntario, lo cual no quiere decir que se vuelva comercial, pues la diferencia está en sus objetivos.
- El establecimiento de un comité de acción que defienda la posición de los pueblos indios de todo el mundo.
- Que a través de AMARC se solicite a los gobiernos de los países de México, Canadá y Estados Unidos se actualicen las leyes de radio y

- televisión para que se contemple a la radio comunitaria jurídicamente.
- Las radios comunitarias de Estados Unidos compartirán e intercambiarán material con el resto de los países de América.
- Se creará un comité de acción exclusivo para los niños.

AMARC pertenece también al Grupo de los 8, integrado además por la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), el Centro de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), la Federación Internacional de Periodistas (FIP), la Asociación Latinoamericana de Comunicación Grupal (PROA), el Radio Nederland Training Centre (RNTC), la Asociación Católica Latinoamericana para la Radio, la televisión y Medios Afines, SCC, VIDEAZIMUT y WACC; quienes organizaron el seminario "Democratizar el Espectro Radioeléctrico" del 11 al 15 de noviembre de 1996 en Pozo de Rosas, Venezuela y reunió a coordinadoras y representantes de medios comunitarios de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Paraguay, Uruguay y Venezuela.

En el seminario se acordó "promover acciones jurídicas y marcos regulatorios que reconozcan y aseguren la democratización del espectro radioeléctrico, el acceso y la participación sin discriminaciones para todos los sectores, la transparencia en la información sobre la gestión y administración del espectro y condiciones técnicas razonables para el otorgamiento y operación de los servicios de radio y televisión, en el

entendido de que la libertad de expresión e información y su ejercicio son el fundamento esencial de la democracia.”⁴⁹

“Los medios comunitarios aseguran el ejercicio de la libertad de expresión sin condicionamientos económicos o políticos, y la propuesta es que los gobiernos democráticos deben reservar una cuota de frecuencias, tanto en AM, FM, canales de TV y en las nuevas franjas numéricas, para las iniciativas comunitarias”⁵⁰, en estricta justicia tendrían que haber iguales porcentajes para las empresas sin fines de lucro y para las comerciales.

Actualmente, Rafael Roncagliolo es presidente de AMARC; Ernesto Lamas, vicepresidente para Latinoamérica y el Caribe. La siguiente reunión de AMARC, AMARC 7, será en Europa, en Milán, Italia, del 23 al 29 de agosto de 1998, donde Radio Popolare será la anfitriona.

3.3.4. CENTRO PROMOTOR DE RADIO COMUNITARIA (CEPRAC)

El Centro Promotor de la Radio Comunitaria (CEPRAC) se encuentra en la Casa del Poeta en la Colonia Roma y comparte el propósito de AMARC: “Democratizar los medios para democratizar la sociedad”.

El CEPRAC nació a partir de la reunión de AMARC en México, donde hubo la participación de más de 40 mexicanos y 17 instituciones públicas y privadas interesadas en el proyecto de la radio comunitaria. Sin embargo, al año siguiente tan sólo quedaban dos personas que asistieron a la 6ª Reunión

⁴⁹ International Freedom of Expression Exchange Clearing House. <http://www.ifex.org/>

⁵⁰ Artículo 9 de la Declaración de Radioapasionados y Televisiónarios, Quito Ecuador, Noviembre 1996.

AMARC en África, ya ni las instituciones que habían colaborado tan activamente en México.

El Centro todavía no está registrado como una asociación civil, aunque ya se encuentra en proceso de serlo. Susana Albarrán, representante de AMARC en México, explica lo difícil que es para un grupo de gente con diversas ocupaciones y responsabilidades personales, apoyar y mantenerse en proyectos de esta naturaleza. El grupo pionero ha ido cambiando y la mayoría son productores independientes y voluntarios, lo que abre la posibilidad de pertenecer a un grupo autogestivo; sin embargo, cuando el trabajo de alguno le impone mayor atención, entonces se afecta al Centro: no siempre se coincide en tiempo y ganas para formalizar el proyecto.

El CEPRAC tiene el soporte de AMARC y ALER, pero lo que se necesita es gente comprometida, que ayude y colabore para impulsar los proyectos con los que cuenta el Centro.

Actualmente, CEPRAC está más dirigido a mejorar la capacitación de la gente que tiene inquietud de hacer radio. Existen muchos deseos de tener antenas y empezar a transmitir, pero el problema radica en que si lo que se desea es tener calidad que compita y se mantenga a la altura de los que están al aire, hay que mejorar la capacitación, sobre todo en el entendido de que el objetivo es que las comunidades participen en las radios. "Las amas de casa no llegan ante el micrófono y hablan con soltura y fluidez, necesitan aprender a hacer radio para hacerlo cada vez mejor."⁵¹

La capacitación juega un papel fundamental en la conformación, crecimiento y fortalecimiento de las radios comunitarias, ya que "permite a

⁵¹ Entrevista realizada a Susana Albarrán el 18 de mayo de 1998.

la gente ser más creativa y realizar mejores producciones a la vez que crea empleo”, puede ayudar también a establecer vías hacia el futuro y a comprender y apoyar lo que realmente está en juego en el movimiento de la radio comunitaria: la democratización de las comunicaciones”.⁵²

“Tal vez con naturalidad y sin desplantes ‘culturizantes’ se pueda ir tejiendo diariamente una labor radiofónica creativa, que haga resaltar las individualidades en vez de homogeneizarlas, que libere y no enajene, que comparta sus micrófonos con aquellos que con demasiada frecuencia se consideran únicamente ‘orejas’ y nunca ‘voz’”.⁵³

4. ANTECEDENTES DE RADIO COMUNITARIA EN MÉXICO

Aún cuando la radio comunitaria en México es un fenómeno más que una práctica común, existen antecedentes que permiten trazar el camino a seguir para continuar este proyecto de democratización de las ondas hertzianas. Constituyen ejemplos muy claros de que es posible realizar una práctica comunicativa con la participación, tanto de los emisores y transmisores, como de los receptores.

4.1. RADIO HUAYACOTLA

Ubicada en el municipio de Huayacocotla, que en náhuatl significa “El gran ocotal”, en la Sierra Norte de Veracruz, “Radio Huayacocotla es la única estación rural independiente dirigida a atender las necesidades de los indios en México.”⁵⁴

⁵² TRUGLIA, Elvira. “Hacer las preguntas adecuadas. Sondeo de la capacitación en la radio comunitaria” *InteRadio*. Volumen 9, número 1.

⁵³ PEPINO Barrale, Ana María. *Op.cit.*, p. 209

⁵⁴ “Radio Huayacocotla, enlace entre indígenas de la sierra norte de Veracruz” Manuel Rojas Cruz, Excélsior, 9 de Abril de 1996.

Huayacocotla es una población que está en el extremo occidente de la sierra norte veracruzana, a 20 kilómetros de los límites con Hidalgo de más o menos tres mil habitantes; el clima es frío y el aire limpio.

Es un pueblo de montaña rodeado de pinos, oyameles y ejidos forestales, cuenta con bonitos paisajes, bosque, ríos pequeños y montañas; las frutas que se dan en la mayoría de las comunidades son ciruelas, manzanas y peras. Cabecera municipal de 26 comunidades y 25 rancherías, forma parte de la micro-región Chicontepepec, que abarca los municipios: Zacualpan, Ilimatlán, Tlachichilco, Zontecomatlán y Texcatepec. En Ilimatlán y Texcatepec se encuentran los indígenas nahuas y otomíes, y en Tlachichilco hay nahuas y tepehuas. Estos municipios, auditorio principal de Radio Huayacocotla, cuentan con 80 mil habitantes aproximadamente.

Característico de la región es el velo de neblina que, desde la noche y hasta "muy entrada la mañana", cubre los bosques aledaños y tapa la visión de la sierra durante de la mayor parte del año. Las fiestas más importantes de la región son: la de Todos los Santos en noviembre y el carnaval en febrero, la de los Santos Patronos y Semana Santa. La música más escuchada en esta zona es el son huasteco, interpretado con violín, jarana y guitarra huapanguera, asimismo se toca mucho con banda de viento.

Huayacocotla cuenta con servicios de teléfono, telégrafo, correo, oficinas generales de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, Procuraduría Agraria, Instituto Nacional Indigenista, Secretaría de Desarrollo Social, Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales y una terminal de autobuses y camionetas pasajeras. Sin embargo, las comunidades carecen de casi todos los servicios, algunas cuentan con luz eléctrica desde hace pocos años y otras aún no la tienen, tampoco carretera ni otro servicio

público. Todos los trámites oficiales se tiene que hacer en Huayacocotla, a veces después de una caminata de hasta 8 horas desde sus comunidades.

Uno de los problemas de la zona es el alcoholismo, originado desde el tiempo de las haciendas, cuando parte del trabajo se pagaba con dinero y la otra con aguardiente, costumbre aún arraigada entre los habitantes.

Sin embargo, existe otro problema todavía más fuerte y común entre las comunidades, el caciquismo, creado a partir de la concentración del poder económico y político en zonas aisladas como ésta. El cacique es el gobierno de hecho y de la región, de manera que logra el control de la tierra por acaparamiento y despojo, usando la violencia como eficaz medio de control.

La mala administración de justicia por parte de las autoridades del Estado, que inclina la balanza para los ricos, es otro de los problemas que enfrentan los habitantes de la región. La impunidad de los caciques es el claro símbolo de tienen el gobierno en sus manos.

En medio de todo esto, de sierra e impunidad, fiestas patronales y violencia, bosque y largas caminatas, está situada la emisora Radio Huayacocotla "La voz de los campesinos" XEJN-OC 2390 Khz con 500 watts de potencia.

Hace 33 años, Radio Huayacocotla salió por vez primera al aire el 12 de Octubre de 1965 en la frecuencia del 2380 khz de onda corta como centro de un sistema de escuelas radiofónicas, en donde se daban clases para adultos y que llegó a dar servicio a 200 comunidades aproximadamente en la región de la Sierra y de la Huasteca de Veracruz, Hidalgo y Puebla. Con la Universidad Iberoamericana como permisionaria de esta radio

cultural, se iniciaron programas de alfabetización y educación básica a distancia. En las comunidades había radios especiales y gente preparada a quienes se les mandaba material. Con el tinte educativo de la alfabetización de adultos como núcleo, la programación abarcaba salud, mejoramiento de la vivienda y de la alimentación, técnicas agrícolas y educación civil, y se contaba con cartillas o libros de apoyo.

En 1973, la asociación SER (Servicios de Escuelas Radiofónicas) se vio en la necesidad de dejar el servicio a la educación básica, ya que el sistema de escuelas primarias había penetrado a las comunidades con la multiplicación de las escuelas unitarias en las que un solo maestro enseña los seis cursos de primaria. Su ciclo había terminado. Las consecuencias fueron que mucha gente que se estaba preparando quedara a medias y muchos de ellos optaron por salir a trabajar a las ciudades.

Ante esta situación, la asociación solicitó a la Universidad Iberoamericana y a Fomento Cultural y Educativo, A.C. (FCE) se hicieran cargo de la labor educativa de la estación. Ésta última nació en 1970 con el fin de buscar otras formas de educación que ofrecieran oportunidades a los sectores más desprotegidos del país.

Así, desarrolla en 1975 un plan de investigación-acción en los municipios de Huayacocotla y Zacualpan por su cercanía a la estación, mediante el cual se descubrieron varias circunstancias favorables:

- que la radio tenía una buena imagen ante las comunidades.
- que permitiría llegar a un buen número de personas con poco personal.
- que era un buen medio para informar a la gente alejada.

- que podía ser motivación para un trabajo común.
- que la radio por sí sola era fría si no se buscaba relación con la gente.

Finalmente, en 1976 FCE inició el trabajo con los objetivos de:

- Realizar actividades que ayuden a la expresión de la gente,
- Hacer actividades que ayuden a la reflexión de la gente acerca de su situación concreta.
- Hacer trabajos donde los grupos se relacionen y organicen.
- Apoyar actividades productivas que mejoren el modo de vida de las personas campesinas de la región.

Es importante realizar un breve recuento de Fomento Cultural y Educativo, A.C., institución que ha realizado, basado en una filosofía humanista, una intensa labor en pro de los indígenas de la Sierra Norte de Veracruz, no sólo a través de la estación de radios, sino con una serie de proyectos.

Fomento Cultural y Educativo, A.C. nació hace ya más de veinte años a partir de la convicción de que el pueblo es el realmente comprometido con el proyecto de su propia liberación y Fomento busca integrarse a este proyecto acompañando al pueblo, caminando con él, aprendiendo de él y poniendo sus medios y capacidades a su servicio. A través de un conjunto de "proyectos" quiere y busca desarrollar un nuevo tipo de educación, enclavado en la lucha cotidiana que debe llevar a cabo el pueblo para sobrevivir y encontrar su lugar en la sociedad.

Esta es una educación que se realiza a través de una enseñanza que no es sólo transmisión de conocimientos, sino aprendizaje ligado a la acción que ayuda a superar situaciones de miseria. Educación en la que no hay maestro y alumno, sino en la que juntos, en el esfuerzo por cambiar y mejorar la situación del pueblo, se va aprendiendo en el camino y se van haciendo compañeros.

Fomento lleva cerca de dieciocho años en la región de la Sierra Norte de Veracruz. Durante estos años pasados, como proyecto Huayacocotla, ha impulsado varias acciones que ya han quedado en manos del pueblo. Una de ellas es la Unidad de Producción Forestal Adalberto Tejeda, que aglutina a 13 ejidos y que ha ido creciendo y fortaleciéndose, al mismo tiempo que ha creado diversas fuentes de trabajo para la parte alta de esta sierra: un aserradero, dos talleres de carpintería y dimensionados y dos baterías de carbón. En la actualidad, Fomento colabora eventualmente en algunas asesorías que le pide la Unidad de Producción.

Otra línea de actividad, en la que actualmente sólo se proporciona asesoría, pero que en años anteriores se impulsó y promocionó es la de la participación de la mujer en la vida económica y cívico social de las comunidades.

La comunicación educativa es una tarea importante en el conjunto del proyecto. Por esto, desde que se inició el proyecto, Fomento tiene a su cargo la dirección de Radio Huayacocotla (XEJN-OC) y la capacitación de sus locutores.

Una vez que las actividades atendidas en los años anteriores asumieron su autonomía, el equipo vio necesario remontarse en la sierra baja del Norte

de Veracruz y a partir de 1991 se tomó la decisión de dejar las actividades de la zona alta y centrar los escasos recursos en la región indígena.

Actualmente el equipo de Fomento en la Sierra Norte de Veracruz está formado por cuatro integrantes de la asociación que llevan la radio y cuatro que llevan el trabajo directo en las comunidades, de los cuales cinco son laicos y tres jesuitas.

La lucha por la tierra es un aspecto que globaliza la existencia de los indígenas de estos municipios, la falta de tierra conlleva necesariamente los problemas de alimentación y salud, que se agravan por el aislamiento de estas comunidades.

Esta realidad llevó a formar el Comité de Derechos Humanos Sierra Norte de Veracruz, en el que colaboran tres miembros de Fomento Cultural y Educativo, junto con otros tres abogados. Además de impartir cursos sobre las diversas leyes, especialmente las agrarias, el Comité se dedica a litigar casos en que están involucrados indígenas. Este trabajo ha dado frutos y la Comisión Nacional de Derechos Humanos ha expedido al menos seis recomendaciones de los casos que se le han presentado. Además, a través de las ondas hertzianas de Radio Huayacocotla, el Comité de Derechos Humanos Sierra Norte de Veracruz (CDHSNV), que dirige Alfredo Zepeda, ha puesto en evidencia más de 42 sucesos de violaciones a las garantías individuales de los indios entre 1994 y 1995.

Así, como parte del Proyecto de la Sierra Norte del Estado de Veracruz de Fomento Cultural y Educativo, A.C., Radio Huaya empezó a transmitir como emisora libre, en el camino del modelo de radio educativa y cultural que se desarrollaba en América Latina. El objetivo a alcanzar fue apoyar las

expresiones culturales de la región de la Sierra Norte de Veracruz y constituirse como un proyecto radiofónico que vinculara al emisor con los receptores; iniciando con la transmisión de información local recogida por los reporteros de la radio y por corresponsales de las comunidades campesinas. Se dice que los comunicadores de la radio popular tienen un pie en la cabina y el otro en las comunidades. El micrófono se abrió a las opiniones del pueblo.

En 1977, con mayor conocimiento de la región, se cambió la programación. Los programas de alfabetización se quitaron, ya que la gente pedía conocimientos concretos que le ayudaran en su vida diaria. A partir de entonces se han hecho y transmitido programas que cumplan con el objetivo primordial de Radio Huaya: crear una emisora con la participación del pueblo, una emisora que respete las necesidades, intereses y derechos de los que la escuchan.

Cuando se piensa en una radio en manos del pueblo, surgen las dudas sobre lo técnico, pues se requiere de cierta preparación para la producción de programas. El personal de la estación responde: "La práctica hace al maestro, en la emisora nos hemos visto en la necesidad de capacitarnos para elaborar los programas y para manejar los equipos e instrumentos. Esta enseñanza la han proporcionado los compañeros que estuvieron en un tiempo en la emisora y así se va pasando a los demás lo poco que se sabe. También se usan los materiales de capacitación de ALER y AMARC. Sencillamente somos gente que poco a poco ha ido aprendiendo el trabajo radiofónico para servir cada día mejor al pueblo."⁵⁵

⁵⁵ Alfredo Zepeda González. Radio Huayacocotla, Huayacocotla, Veracruz, México. 12 de octubre de 1995.

Las instalaciones de la radio son sencillas, en el local de Radio Huayacocotla se encuentran un transmisor, una cabina de transmisión, otra para la grabación de programas y un estudio donde se realizan las transmisiones en vivo. También cuenta con un almacén de discos, cassettes, cintas y otros materiales necesarios para la producción radiofónica.

Actualmente, según los registros del CIRT, Radio Huayacocotla transmite en el 1370 del AM con las siglas XEHAY con 500 watts, bajo la administración de la Asociación Regional de Comunicación Cultural. En sus inicios, transmitía con las siglas XEJN-OC en la frecuencia de 2,390 Khz de onda corta y estaba concesionada a la Universidad Iberoamericana desde 1965, bajo la gestión de Fomento Cultural y Educativo, A.C. En 1985 la Secretaría anunció que técnicamente podía concederse permiso para transmitir en 1350 khz con las siglas XEHAY, sin embargo en 1995 el permiso aún no se había otorgado y Radio Huaya transmitía con censura técnica.

Con una transmisión diaria de ocho horas, cuatro en la mañana y cuatro en la tarde, los temas más socorridos son los avisos y comunicados, la salud, las radionovelas (muchas de Radio Educación), el informativo del INI y comentarios de noticias locales y de la región. Música de Cri-Cri, mensajes bilingües en otomí, nahua o tepehua sobre vacas extraviadas, solicitudes de ayuda para una familia pobre que no puede sacar un enfermo de su comunidad y denuncias de abusos de caciques que invaden predios, rompen cercas de púas y dispersan ganado ajeno, son parte de su programación cotidiana.

La programación actual de la estación está estructurada en varias ramas, en donde cada una de ellas representa el interés de la gente que la escucha:

- Musicales. Son programas en los que se participa solicitando melodías o como intérpretes, "Desatando huarache", "Arriba corazones" o "Música de la sierra" donde tríos huastecos de la región cuentan con un espacio permanente de difusión; los huapangos, los sones y los corridos tienen su lugar en esta emisora. En los programas se da preferencia a las bandas, música ranchera, huasteca y norteña que es la que más gusta a la gente de las comunidades, pero también la música moderna que escuchan los jóvenes.
- Informativos. Dentro de este rubro se encuentra el programa más antiguo de la emisora, "El Noticiero del Campo", en el que se da importancia a las notas y entrevistas locales que envían los alrededor de 60 Corresponsales Populares, distribuidos en los municipios de Texcatepec, Tlachichilco y Huayacocotla de la cabecera y de las diferentes comunidades, quienes se encargan de mandar la información de sus comunidades; asimismo cuenta con información estatal, nacional e internacional, acompañada de comentarios y análisis.
- Programas con participación de la gente de las organizaciones.
- Infantiles. Como parte de la comunidad, los niños también tienen su espacio y pueden participar con cartas, canciones, cuentos, adivinanzas y trabalenguas.
- Especiales.
- Novelas. Se ha conseguido la colaboración de distintas instituciones que proporcionan novelas sobre temas mexicanos relacionados con el campo y que provocan la reflexión acerca de la realidad mexicana, entre ellas "Las tierras flacas" de Agustín Yañez, "Balám", "Carmen", "El Monedero". Además varias series producidas por el Servicio Radiofónico para América

Latina (SERPAL) y el Equipo de Comunicación Educativa (ECOE) como "Jurado Nx13", "El Padre Vicente", "Los hijos de Laura Torres".

- Cuñas. Pequeñas cápsulas con participación de la gente de las comunidades, sobre los derechos de los niños, historia de la región, etc. Algunas cápsulas informativas las envía la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) como "La media naranja", "Pueblo a Pueblo", "Ciudad Malapinta".

Asimismo desde hace varios años, Radio Huayacocotla acompaña el proceso de organización de la Unidad de Producción Forestal Adalberto Tejeda con el programa "Y sigue la yunta andando".

Desde entonces se abrió el micrófono, que aprovecha cualquier ciudadano para enviar recados a sus comunidades, pero también las dependencias de Gobierno de la zona para avisar de eventos, campañas de vacunación, visitas a los pueblos, en forma totalmente gratuita.

Más de una docena de estudiantes de la UNAM, de la UAM, de la Iberoamericana y de Universidades de Puebla y Guadalajara han hecho su servicio social en Radio Huaya, aprendiendo del modelo de radio local y participativa y elaborando series de programas como el de experiencias campesinas del país, Vida Campesina y el de La Mujer en el Campo.

A continuación, la barra programática de la estación.

“Con la aparición de organizaciones campesinas e indígenas independientes, la radio se propuso apoyar las actividades de los pueblos organizados, difundiendo las experiencias con la propia voz de los hombres y mujeres que emprendieron proyectos reivindicativos y de producción.”⁵⁶

Igualmente se comenzó la difusión de la lucha de los indígenas otomfes en contra de la violencia generada por los caciques de las tierras. En la fachada de Radio Huayacocotla está pintado un mural que representa a la sierra norte de Veracruz: de las montañas bajan los indios para celebrar sus fiestas, en un extremo aparece una marcha india con pancartas que rezan “alto a la muerte”, “queremos vivir en paz” y un letrero que dice: “la tierra no es nuestra, nosotros somos de la tierra”.

Para la conciencia indígena la tierra es la madre, el punto de apoyo en torno del cual giran sus vidas; en un lugar específico del mundo están enterrados sus muertos y viven sus pares. La tierra es sagrada y por lo mismo no puede venderse o comprarse, eso es lo que no entienden los modernizadores, los creadores de paraísos sexenales.

Por desgracia, la simpatía y apoyo de Radio Huaya hacia las organizaciones populares y campesinos despertó el rechazo y animadversión de los caciques de la zona, acostumbrados a dominar y manipular a los pueblos. Tanto las autoridades municipales como las oficinas administrativas se encuentran plagadas de familias con tradición de poder, en las que los puestos de mando van pasando de generación en generación.

⁵⁶ “Democratización y socialización de los medios, la experiencia de Radio Huayacocotla” Alfredo Zepeda. Primeras Jornadas de la radiodifusión indigenista en México. Cuadernos del INI N° 7. INI, p. 173

Su director es el sacerdote jesuita Francisco Ramos, quien junto con Alfredo Zepeda han sido velada o abiertamente amenazados. "Si tanto quieren a los indios, por qué no se van con ellos", les gritan los mestizos.

Los corresponsales de Radio Huayacocotla son indios como José Barrón, otomí de Amaxac al cual el cacique Aquilino Mendoza le disparó con un rifle y la bala le pasó a escaso medio metro, en el paraje El Liano, por haber denunciado que este último invadió terrenos comunales. Lo hubiera matado si no interviene la esposa de Aquilino, Efigenia Leyva, que se interpuso entre el rifle y José Barrón.

Además de los intentos de agresiones contra la emisora y sus integrantes, también este grupo se convierte en informante ante las autoridades superiores, sin detenerse en chismes o calumnias.

A pesar de ser la radiodifusora más pequeña del país, fue clausurada en 1974, por supuestos mensajes cifrados en favor de la lucha de los indígenas zapatistas del estado de Chiapas. Con un fuerte apoyo nacional e internacional de protesta por esta arbitraria suspensión, y con más de tres mil firmas de compañeros indígenas que manifestaron su inconformidad y rechazo por esta censura, Radio Huaya fue reabierta tres meses después.

El 23 de marzo de 1995, Radio Huayacocotla tuvo que suspender su transmisión abruptamente debido a las órdenes de dos comisionados de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes argumentando "fallas en la antena y el transmisor que representaban peligro de muerte para los operadores". Después de una rápida revisión de las instalaciones, y en ausencia tanto de los técnicos encargados como del Director de la Radio, los

comisionados obligaron a los locutores a suspender la transmisión, concediendo tan sólo el tiempo necesario para avisar al auditorio.

Francisco Ramos, el director de la estación, fue a la ciudad de México para escuchar que la falla se debía a que la antena de la estación no tenía prendidos los siete focos que se distribuyen a lo largo de sus 40 metros.

“No es posible que a nosotros nos apliquen el reglamento con tanto rigor, mientras a otras transmisoras, como la del INI o la de la Policía Judicial del estado con sede en Huaya que están en la misma situación, no les digan nada”, aduce Ramos.

Esta suspensión en realidad no se debió a las “exageradas fallas técnicas reportadas”, las cuales son resultado del poco presupuesto asignado tanto en recursos técnicos, materiales y humanos, sino basada en la acusación de que Radio Huaya estaba transmitiendo “mensajes cifrados” avalando la violencia. Tales mensajes no son más que las transmisiones hechas en lengua nahua, otomí y tepehua.

“En México, me dijeron que nosotros transmitíamos mensajes en clave. Es absurdo, les dije que llevaran los casetes de la programación semanal que grabaron con los lingüistas del INI que hablan náhuatl y otomí para que se enteraran de lo que decimos en radio Huaya.”⁵⁷

La arbitraria suspensión de las actividades de Radio Huayacocotla por parte de la Secretaría de Comunicaciones es un golpe a la libertad de expresión y una contradicción con los postulados del artículo 4º Constitucional, que se refiere a la promoción de la cultura pluriétnica de nuestro país. Transmitir en lenguas indígenas se interpreta como enviar

“mensajes cifrados”. Por el contrario, se arrebató la voz a los indígenas y se apoya la inmunidad de los caciques. Revela, además, la falta de disposición de democratizar el esquema de la comunicación social y de la educación, manteniendo una actitud policiaca, en lugar de promover y facilitar las iniciativas populares.

Después de más de un mes de silencio de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en que parecía que las puertas se habían cerrado férreamente, el día 12 de julio de 1995, se obtuvo una cita con el Director General de Sistemas de Difusión, Lic. Federico González Luna Bueno.

Se obtuvo el acta en la que se autorizaba el levantamiento de la suspensión y el permiso para transmitir en la frecuencia de 2380 KHz en onda corta. Se señalaba que no debía imponerse ninguna sanción económica a la permissionaria por las irregularidades asentadas en la revisión técnica realizada y que se autorizaba la reanudación de transmisiones de la estación. Lo anterior no se hubiera logrado de no contar con la firma de cerca de 3,000 indígenas que solicitaron la reapertura.

Sin embargo, respecto al permiso para transmitir en onda media, según las indicaciones ya establecidas, se notificó que no podía tramitarse como cambio de frecuencia, sino como un nuevo permiso, lo que conlleva otra serie de trámites.

Resulta claro que la frecuencia de 2390 KHz en onda corta resulta apropiada para el modelo de Escuela Radiofónica, pero en transmisión abierta es importante buscar el permiso para operar en la onda media, entre

⁵⁷ “Radio Huayacocotla, ...” Manuel Rojas Cruz. *Op.cit.*

los 500 y 1600 Khz. Con ese objetivo se emprendieron los trámites ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes desde 1978. Se llenaron los requisitos técnicos y de documentación. La respuesta fue negativa una y otra vez sin aducir razones.

Hasta 1985, la Secretaría anunció que técnicamente podía concederse el permiso para transmitir en 1350 Khz con las siglas XEHAY. Sin embargo, desde entonces siempre se arguyó que era necesario también el permiso de la Secretaría de Gobernación. Este nunca se consiguió. Tal vez el expediente quedó finalmente archivado en el escritorio de algún funcionario. El permiso ya no se negó, pero nunca se otorgó. De esa manera, Radio Huayacocotla transmite con una especie de censura.

Los campesinos e indígenas escuchan la estación en receptores adaptados para escuchar la frecuencia de onda corta, elaborando antenas aéreas y terrestres con alambres. Francisco Ramos y los jóvenes de la Universidad Iberoamericana que hacen su servicio social en la estación tienen que modificar los radios convencionales y adquirir o adaptar baterías de automóviles. Sin embargo, debido a la señal de onda corta, radioaficionados como Junichi Nishikawa de Tokio, Japón; Niquel Pimblett de Alberta, Canadá, y mexicanos en Estados Unidos, reportan haber captado la señal de esta estación rural que transmite en onda corta.

En la sierra norte de Veracruz, 90 por ciento de las poblaciones no cuentan con luz eléctrica. Así que la radio se escucha con baterías, mientras los otomíes, nahuas o tepehuas se alumbran con candiles y ocotes.

La calidad de la recepción es deficiente, en tanto proliferan las radios comerciales en AM y FM en todo el norte de Veracruz y las emisoras de la

Ciudad de México aumentan sus potencias a cien y ciento cincuenta mil watts. Con todo, los campesinos e indígenas prefieren, en cuanto pueden, a Radio Huaya, que transmite con 500 watts. La razón es obvia, es su radio y forma parte de la vida de la zona. Allí se escucha la música programada con "complacencias" enviadas por correos de pies mágicos que cruzan la sierra y dejan los mensajes en el buzón de la radio, con ocasión del día de plaza o de un asunto en la oficina de la SARH. Allí el micrófono se abre a los versos, los cuentos ideados en las cañadas, los mensajes al tío de Zacualpan, las noticias de la comunidad y de la organización enviadas por los corresponsales populares, los avisos del DIF local, también a la información alternativa y a las opiniones sobre el caciquismo y la violencia contra indígenas. "Nuestra radio es un derecho que nosotros tenemos para fortalecer nuestra identidad y nuestra lengua, para conocer las noticias de lo que pasa en nuestro país, para que la voz de los campesinos e indígenas se escuche, para que nuestra música y nuestra cultura se difundan, y no vemos motivo para que se nos quite ese derecho y no podamos escuchar nuestra radio con la misma claridad con la que se escuchan aun las estaciones extranjeras; por lo que exigimos que se den todas las facilidades por parte del gobierno para que la transmisión se escuche de nuevo en nuestras comunidades."⁵⁸

Radio Huayacocotla pertenece a la Asociación Latinoamericana de Educación Radifónica (ALER), que es miembro de la UNESCO, y a la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC). Durante más de veinte años ha intercambiado experiencias y capacitación con otras radios educativas del continente. Recibe y transmite el Noticiero Indígena del INI y

⁵⁸ Juan Antonio Vázquez. RADIO HUAYA INFORMA 6. 31 de mayo de 1995.

las Radionovelas de Radio Educación. Es una de las pocas radios del país conducida por una asociación de la sociedad civil. Porque es público que la casi totalidad de las frecuencias en México están concesionadas a la radio comercial, en manos de consorcios poderosos. Es financiada fundamentalmente con donaciones que colecta por el mundo la Compañía de Jesús y sobre todo de fundaciones extranjeras con solidaridad internacional.

Radio Huaya permanece como una señal de que no habrá democracia en la radio en México si no existen radios en manos de la sociedad civil. Las propuestas de Radio Huaya para la democratización de la radio en México son:

- Una legislación flexible que facilite la creación, sin el laberinto de trámites, de radios culturales educativas, con características técnicas variadas para las diferentes potencias y modos de participación, desde las radios comunitarias hasta las radios regionales en función de un entorno definido de auditores emisores.
- Libertad de expresión, con respaldos contra los ataques de los caciques y contra el espionaje y la censura política.
- Mecanismos de financiamiento, con apoyos de fondos gubernamentales y no gubernamentales, que permitan el funcionamiento autónomo de las radios con independencia orgánica y libertad de asociación.
- Equipos de trabajo con políticas de participación en la problemática real de las comunidades indígenas, campesinas y urbanas.

- Radios que se conciben como apoyo a los procesos de educación y organización popular, a la defensa de los Derechos Humanos.

CAPÍTULO 4

RADIO IBERO

Anteriormente se mencionó que las manifestaciones de radios comunitarias son muy escasas en México. La intención de este trabajo de investigación se orienta a determinar si la estación perteneciente a la Universidad Iberoamericana, Plantel Santa Fe, representa una de estas contadas expresiones de radio alternativa.

En el capítulo anterior se identificaron algunas características definitorias de las emisoras de radio comunitaria, a partir de las cuales se realizará un análisis de las propias de Radio Ibero para esclarecer si es o no una radio comunitaria.

Para poder establecer esta distinción, es importante describir a la estación en juego: su historia, su audiencia, su entorno y desarrollo. Este capítulo pretende retratar la vida de la estación universitaria Radio Ibero, tanto en su pasado como su presente, para, finalmente, plasmar la reflexión y el análisis obtenidos en las conclusiones.

4.1. BREVE RESEÑA DE LA FUNDACIÓN Y CRECIMIENTO DE LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA.

Antes que nada, es importante considerar los rasgos de la institución educativa que alberga a la emisora, cómo se formó y desarrolló, cuál es la filosofía que pretende seguir y cómo llegó a ser una de las principales instituciones académicas de la Ciudad de México, con repercusiones a nivel

nacional e internacional. Un breve recorrido por la historia de la Universidad Iberoamericana podrá determinar estos rasgos.

La primera sugerencia de crear una universidad de inspiración cristiana fue del Dr. Eduardo de la Peza, S.J., quien se lo propuso al Lic. Enrique Toroella, S.J. En 1943, el rector de la Universidad de México, el Lic. Rodolfo Brito Foucher, concibió la idea de que la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) debía tener auténtica competencia universitaria, y fue entonces que le sugirió al Lic. Toroella la creación de una universidad privada cuyos estudios quedaran incorporados a la UNAM. El Lic. Toroella, con la apertura y buena disponibilidad del Lic. Brito Foucher y con la idea del Dr. Eduardo de la Peza, organizó el Centro Cultural Universitario, que empezó su vida con las carreras de Filosofía y Letras. Oficialmente, el Centro Cultural Universitario, antecesor de la Universidad Iberoamericana, nació en el 7 de marzo de 1943 en la Sala Eugenia de una casa de la Av. Hidalgo 120, con 13 alumnos y 8 profesores. El primer rector del Centro fue el Lic. Gabriel García Rojas.

En 1945 se fundó la escuela de Química en el mismo edificio bajo el nombre de "Berzelius"; en 1947 se creó la carrera de Letras Españolas y en 1948 los doctorados de Filosofía y Letras Españolas. 1950 trajo la inauguración de la escuela de Psicología y en 1952 la de Derecho.

En 1952 el Lic. Nicolás González Jáuregui cedió parte del edificio que ocupaba el Colegio Franco Español para establecer el Centro Cultural Universitario. La reunión de todas las carreras en un solo edificio obligó a vincularlas como único centro de enseñanza superior, ya que cada escuela trabajaba por separado y con nombres distintos. Se eligió el de Universidad Iberoamericana.

Además, en 1953 se comenzaron a impartir cursos de verano para extranjeros, estadounidenses principalmente, con el fin de “comunicar los tesoros de la lengua y cultura del país a estudiantes de culturas distintas”¹, por lo que se necesitaba unificar todas las escuelas y facultades y presentar un frente común, por lo que el 27 de septiembre de 1954 se constituyó la Universidad Iberoamericana, A.C., asociación civil que da personalidad jurídica a la universidad.

El reconocimiento de la Universidad Iberoamericana como centro superior de enseñanza requirió de cuatro pasos, sustentados en los cursos de verano para extranjeros: a) el reconocimiento individual de las universidades privadas de Estados Unidos; b) del gobierno de los Estados Unidos; c) de las universidades de América Latina y d) de la Asociación internacional de Universidades. Esto dio pie a que la Universidad Iberoamericana siguiera creciendo, aumentando las carreras que se impartían en ella, siempre con el mismo criterio académico: “no fundar escuelas en plan competitivo con las universidades estatales, sino aquéllas que no existían del todo o carecían de la orientación y estructuras que la UIA concebía como exigencia para México”². Asimismo crecía su matrícula de alumnos y profesores, los primeros llegaron a ser 1,247 en 1958.

En 1956, un grupo de empresarios, interesado en el desarrollo y crecimiento de instituciones de enseñanza superior así como en la formación de los jóvenes, creó el Fomento de Investigación y Cultura

¹ MENESES Morales, Ernesto. *La Universidad Iberoamericana en el contexto de la educación superior contemporánea*. P. 145

² “Consolidación académica e institucional 1956-1961” Dr. Manuel Ignacio Pérez Alonso. *La universidad y el reto del México contemporáneo*. P. 16

Superior, A.C. (FICSAC) con la "finalidad de impulsar la cultura superior en México y contribuir a la construcción y funcionamiento de la UIA".³

Para 1961, la UIA había crecido enormemente, contaba con una matrícula de más de 2,000 estudiantes y 300 profesores al servicio de 19 carreras profesionales, y se albergaba en Zaragoza 84 en Coyoacán, después de una peregrinación en busca de más espacio para más carreras y más alumnos. Sin embargo no era suficiente, por lo que el FICSAC se dedicó a la búsqueda de nuevos y más grandes terrenos para construir los edificios de la universidad. Gracias a apoyos y donativos de empresarios, amigos y anónimos, se consiguió un terreno de 120,000 m² en Churubusco, donde el 31 de julio de 1966 se colocó la primera piedra de los nuevos edificios de la UIA.

La creación de más carreras y el aumento de la matrícula trajo como consecuencia que empresarios e interesados apoyaran el desarrollo de la universidad mediante donaciones. Así se lograron los nuevos laboratorios de Química y el laboratorio de televisión para la carrera de Ciencias y Técnicas de la Información. El crecimiento de la universidad se debe, según uno de sus rectores, a que, "respetuosos de la decisión de no competir con otras universidades en pleno desarrollo, los esfuerzos se canalizaron en una sola meta: superación académica, que se traducía en una cuidadosa selección de profesorado y alumnos".⁴

Tal vez podría pensarse que esta "cuidadosa selección", aunada a que el único sostén de la UIA son las cuotas de los alumnos por lo que eran más

³ MENESES Morales, Ernesto. *Op.cit.*, p. 147

altas que las de escuelas estatales o la UNAM, dieron origen a una universidad elitista, mas no es así; “los parámetros de selección de alumnos provefa una educación más provechosa, integral y completa en los alumnos” y, por parte de las cuotas, “las instituciones y personas interesadas en la educación a nivel popular apoyaron el sistema de becas, que se ha mantenido en el 10% de los alumnos desde su creación hasta el día de hoy”⁵

Al cumplirse 25 años de la fundación de la UIA se promulgó el *Ideario*, documento que contiene la expresión de la filosofía de la universidad, así como los objetivos de toda institución de enseñanza superior y las políticas que rigen a la UIA.

En 1973, treinta años después de su fundación, la UIA se separó finalmente de la UNAM. Hasta esa fecha la mayoría de las carreras se encontraban incorporadas a la UNAM (sólo algunas lo estaban a la SEP), por lo que la UIA no podía expedir certificados, títulos profesionales y grados académicos, sino sólo a través de la Universidad Nacional Autónoma de México. El 5 de noviembre de 1973, el Ing. Víctor Bravo Ahúja, titular de la Secretaría de Educación Pública, dictó el Acuerdo 15523, por el cual la SEP otorga reconocimiento de validez oficial a los estudios de tipo superior que impartía la Universidad Iberoamericana y le concede la facultad de elaborar libremente sus planes y programas de estudios (antes le eran proporcionados por la UNAM), así como la de expedir certificados, títulos y grados, documentos de validez oficial en toda la República. Tres años más tarde, la

⁴ “Consolidación ...” Dr. Manuel Ignacio Pérez Alonso. *Op.cit.*, p. 20

⁵ *Idem*, p. 24

SEP faculta a la UIA a impartir enseñanza media superior y a establecer sucursales en cualquier parte de la República.

1973 fue fecha memorable para la UIA, por un lado se hacía independiente de la UNAM y, por otro, promulga su Estatuto Orgánico de la Institución, que es el "ordenamiento jurídico más importante, ya que define la personalidad de la institución como corporación privada de investigación y enseñanza superior, y describe su naturaleza y fines esenciales y la estructura y forma de gobierno".⁶

Académicamente, 1973 marcó el parteaguas de la UIA. Desde su creación en 1968, el Comité Académico es el encargado de dictar las políticas académicas generales, elaborar reglamentos, revisar los planes y programas de estudios y vigilar el buen desempeño de las actividades académicas; pero, a partir de 1973, se dedicó a evaluar, corregir y diseñar planes de estudio apegados a la filosofía imperante en la UIA.

A raíz del temblor del 14 de marzo de 1979, las instalaciones de Churubusco que ocupaba la Universidad se vieron afectadas, por lo que tuvo que cambiar de casa nuevamente. El campus Santa Fe, donde se encuentra actualmente, se inició con el apoyo de FICSAC el 25 de noviembre de 1982.

Mucho se ha hablado de las diferencias que la Universidad Iberoamericana ofrece a sus estudiantes, sobre todo en la orientación y

⁶ CERRO, María Luisa y Adrián de Garay. *La Universidad Iberoamericana, una mirada introspectiva*. P. 27

filosofía de la educación que en ella se imparte. Tan sólo una breve descripción de ellas.

En el Ideario de la UIA dice, en el 2.1: "En el cumplimiento de su tarea cultural, la UIA se inspira en los valores cristianos y quiere realizar, en un ambiente de apertura, libertad y respeto para todos, una integración de esos valores con los adelantos científicos y filosóficos de nuestro tiempo".⁷ La Universidad Iberoamericana se considera como una universidad de inspiración cristiana, cuyas metas y estructura están afectada institucionalmente, hasta cierto punto, por determinados principios doctrinales.

Se distingue de la universidad confesional, en cuanto que la inspiración, aunque supone adhesión institucional a una doctrina, no implica que la universidad dependa, en cuanto tal, de las autoridades que oficialmente representan esa doctrina, como la de inspiración cristiana, que supone que "sus miembros están animados en lo personal por los principios cristianos que sustentan, respetando por otro lado la autonomía de las realidades temporales y la naturaleza de la universidad como creadora de cultura e impulsora del pensamiento, sin pretender nunca instrumentalizar las actividades académicas en beneficio de ninguna doctrina".⁸

Institucionalmente y basada en la inspiración cristiana que la sustenta, la UIA presenta las siguientes características.

⁷ Ideario, 1968.

⁸ MENESES Morales, Ernesto. *Op.cit.*, p. 168

1. El respeto a la persona humana. La concepción cristiana del hombre rechaza cualquier tipo de discriminación y, por lo tanto, es ajena a las políticas de la UIA.
2. La justicia social, en especial con los sectores menos favorecidos. La UIA se esfuerza por promover la justicia social, en el compromiso de hacer partícipes a los marginados de aquellas condiciones que hagan su vida plenamente humana; es decir; se trata de formar en los estudiantes un tipo de hombre no centrado en el individualismo sino abierto a los demás.
3. Un clima de apertura en el cual puedan discutirse las cuestiones trascendentales de la vida humana. En la universidad de inspiración cristiana hay lugar para la confrontación de opiniones mediante la libertad de cátedra y de investigación, en donde se expresen posiciones bien definidas en actitud de diálogo y no precisamente de polémica.
4. Una especial sensibilidad para tratar asuntos de Ética, Sociología y Política. Se despierta la sensibilidad con los cursos de Ética que ofrecen algunos Departamentos, la actividad de los Departamentos de Sociología y Ciencias Políticas y las frecuentes mesas redondas, paneles, conferencias sobre temas sociales y políticos.
5. La formación de una comunidad democrática. Su calidad de universidad de inspiración cristiana facilita a la UIA la tarea de constituirse como verdadera comunidad democrática, en donde el concepto de comunidad implica una unidad de propósito y un acuerdo acerca de valores. La UIA busca la verdad dentro de un sistema de valores, conforme a la concepción cristiana del hombre. Por tanto, los

miembros de la comunidad universitaria participan en estos valores y encuentran lazos de unión.

6. La existencia de un departamento de ciencias religiosas. La UIA promueve el estudio de ciencias religiosas, incluso no cristianas, y no se contenta con estudiarlas por sí mismas, sino que trata de lograr un diálogo entre ellas y las disciplinas científicas.

En cuestión de valores, la UIA sostiene explícitamente los siguientes:

- a) Libertad de conciencia (*Ideario, 3.1; 3.2*) Consiste en que todos los hombres deben estar inmunes de coacción, tanto de parte de particulares como de grupos sociales y de cualquier potestad humana, de tal manera que no se obligue a nadie a actuar en contra de su conciencia ni se le impida actuar conforme a ella ni en privado ni en público, solo o asociado con otros.
- b) Identidad cultural (*Ideario, 2.2*) La cultura o la herencia cultural de una sociedad es siempre específica. Es la forma distintiva de vida de un grupo de personas o su diseño completo para vivir. Presume la existencia de la sociedad humana y proporciona las habilidades necesarias para que la misma sociedad funcione. La UIA se propone ayudar a descubrir y a conformar una identidad cultural propia sin excluir los elementos perennes de la cultura hispánica y de la cultura indígena.
- c) Justicia social (*Ideario, 2.4; 3.5*) La justicia social vela, tanto en los gobernantes como en los organismos sociales y aun en los miembros particulares, por el desarrollo de los recursos sociales, su armoniosa repartición entre las distintas categorías sociales mediante las leyes,

instituciones e iniciativas convenientes, así como por la distribución de puestos, tomando sus normas de la justicia general. La justicia social tiene dos objetivos: la repartición social, entendida como la armonización de las diferentes clases quizá hasta la eventual desaparición de las diferencias y sectores; y el crecimiento económico, el crecimiento de los recursos globales de la sociedad.

- d) **Pluralismo** (*Ideario, 3.4, 4.2*) Cuando la sociedad está constituida por una diversidad de asociaciones autónomas y organismos que todos los valores humanos pueden contribuir a estructurar la sociedad, se habla de pluralismo. La UIA rechaza el pluralismo que, para justificar las diferentes doctrinas sacrifica la búsqueda de la verdad y desacredita todas las convicciones. Se acepta el pluralismo que respeta las diversas doctrinas y explica su existencia porque el hombre no posee intuición cierta de la verdad y así debe considerarla desde diversos aspectos.
- e) **Humanismo** (*Ideario, 1; Estatuto Orgánico, Art. 2.4*) La UIA fue fundada por un grupo de jesuitas y su educación ha sido basada en el estudio de las humanidades desde los comienzos de la Orden. Las características de la educación humanística las define el jesuita J.C. Murray (1964):
1. Desarrollo de la capacidad de dicción; donde capacidad de dicción se entiende el poder de expresar y transmitir lo que uno tiene en la mente.
 2. Una visión de la realidad; que es lo que el humanista tiene en la mente y debe ser expresado.
 3. Un conjunto de valores; es objetivo de la educación humanista es cultivar el poder del juicio moral y el sentido estético de los que se

llama gusto, busca el desarrollo de un conjunto de valores morales y estéticos.

4. Un sentido del estilo; es la expresión externa de la educación humanística como resultado de la misma.

Los jesuitas adoptaron las humanidades como instrumento de una educación humanista por ser el mejor y único de aquella época.

- f) Apertura (*Ideario*, 2.1; 3.4) Es un valor íntimamente ligado con la libertad de conciencia y con el sano pluralismo. La apertura estática rechaza la discriminación de razas, clases sociales y doctrinas con tal de que se salvaguarden los principios supremos de la moral y del derecho. La apertura dinámica es la apertura al diálogo, la disposición a entablar diálogo con otras doctrinas distintas cualesquiera que sean.
- g) Democracia (*Ideario*, 1; *Estatuto Orgánico*, Art. 2.4) En el Art. 2 N° 4 del Ideario se establece que la UIA debe estructurarse permanentemente como comunidad universitaria basada en la participación democrática y responsable de sus miembros. La UIA practica una democracia orgánica la cual toma en cuenta, por una parte, que todos los miembros deben tener una participación responsable y, por otra, que la participación debe estar acorde con la naturaleza de la sociedad que forman.
- h) Interdisciplinarietà (*Ideario*, 4.4) Congruente con el objetivo de combatir el profesionalismo exagerado, la UIA considera como un valor la interdisciplinarietà y la transdisciplinarietà. La primera consiste en la integración de las aportaciones a varias disciplinas a un mismo tema, donde integración es el aportar partes interdependientes del conocimiento en relación armónica, implica relacionar la parte con la parte, la parte con

el todo y éste con aquélla. La transdisciplinariedad es el estudio de un asunto para cuya aclaración o esclarecimiento se aplica el conocimiento de las disciplinas que contribuyen a su solución, es un estudio integrado que no se refiere a una disciplina.

- i) Excelencia académica (*Ideario*, 4.5) La misión básica de la UIA es transmitir la herencia cultural, enriquecerla con la investigación y prestar a la sociedad servicios adecuados a sus necesidades. Para lograr la excelencia académica se requiere mediante la adecuada selección de los sujetos a los cuales se educa; los educadores y los medios.

“La UIA trata de formar hombres que se interesan más por hacer algo que por ser alguien; un hombre que toma más en cuenta el servicio de los demás, en una sociedad que adolece de tantas carencias, que el enriquecimiento propio; un universitario para el cual la carrera profesional no es instrumento para allegarse riquezas sino medio para servir, al mismo tiempo que se gana honradamente la vida. El objetivo de la educación para la Universidad Iberoamericana no es la formación de un gobernante aristócrata o de un letrado o de un hombre de clase media, sino de un hombre moderno, de mente abierta, de rica iniciativa, de personalidad flexible. Un hombre para los demás.”⁹

4.2. HISTORIA DE RADIO IBERO

La historia de Radio Ibero comienza con la fundación de la carrera de Ciencias y Técnicas de la Información, en 1960, por el Dr. José Sánchez

⁹ MENESES Morales, Ernesto. *Idem.*, p. 212

Villaseñor. Cabe mencionar que fue la Universidad Iberoamericana fue la primera universidad de América Latina en instituir dicha licenciatura.

Hasta 1963, cuando los alumnos de la primera generación llevaban ya tres años de estudios, comenzó la inquietud de tener un laboratorio de radio. Así que en 1964 se estableció el primer laboratorio de radio en la calle de Zaragoza N° 84, el cual constaba de un equipo muy sencillo, “apenas unas grabadoras conectadas a una tornamesa, una bocina y un micrófono”¹⁰, donde se hacían mezclas muy sencillas. La instalación de este laboratorio, si bien no estaba en las condiciones óptimas, sí sirvió para apaciguar la tensión que se había creado en torno a la instalación de los laboratorios, ya que “apenas con la grabadorcita, pero ya podíamos producir radio”.¹¹

El entonces rector de la Ibero, el Padre Carlos Hernández Prieto, gustaba de la electrónica y aplicaba su experiencia y conocimientos al mejoramiento de la estación. Se tenían que hacer muchas adaptaciones y conexiones para poder grabar música, voces o efectos; así, el rector se ponía a soldar, conectar y atornillar los pocos aparatos que se tenían para mejorar cada vez más la calidad de las producciones.

Hasta 1969, el laboratorio de radio estuvo funcionando de esa manera, con pocos aparatos, conexiones difíciles y deficiente calidad; cuando se asignó el laboratorio de radio al Lic. Francisco de Anda, quien se dio a la

¹⁰ GOLDNER Braun Noemí. *Radio Experimental Universitaria. Caso práctico: XHUIB “Radio Ibero” 90.9 Mhz FM*. Tesis Licenciatura, p. 57

¹¹ Lic. Francisco Rodríguez Ezeta, ex alumno y coordinador del área de periodismo de la UIA, citado en *Radio Experimental Universitaria...* p. 59

tarea de reforzar y mejorar el laboratorio existente con el objetivo de instalar un circuito cerrado. Para 1971 ya se había logrado organizar una cabina de radio más en forma de la que se tenía y se instaló en el campus de la colonia Campestre Churubusco, a donde se había mudado la Universidad. Finalmente se pudo instalar un circuito cerrado de audio que daba sonido a las oficinas de la Escuela de Comunicación, a las oficinas administrativas y a la caja.

Este sistema de circuito cerrado funcionó aproximadamente nueve años, transmitiendo en dos horarios música, comentarios y noticias. Las variaciones de programación y horarios en esta etapa fue grande, debido a la variabilidad de los estudiantes, quienes tenían que transmitir a determinada hora y no llegaban, o la persona que traía la grabación nunca aparecía; la continuidad de la programación era casi nula.

Sin embargo, la Universidad otorgó otro par de amplificadores y se hizo una segunda cabina, que funcionaba para hacer las transmisiones de radio y para las grabaciones. Así funcionó, con las dos cabinas, hasta 1979. La intención del Lic. Francisco de Anda, como catedrático, era "hacer una aproximación de lo que es la radio en la realidad, con la idea de ser único, diferente y original. Además de que aprendieran a considerar al auditorio externo, no nada más al de la Ibero".¹²

En este periodo se tuvo que fomentar la participación de los estudiantes mediante diferentes tácticas. Una de ellas, la más común, fue tomar a cuenta de calificaciones los trabajos que se hacían en la estación para las diferentes

materias de radio que llevaban los alumnos, así realizaban producciones en la estación a cambio de calificaciones. Asimismo, el auditorio de la estación estaba más al pendiente de la estación como música de fondo para la cafetería, que como una nueva experiencia y alternativa radiofónica realmente.

Para principios de 1978, Televisa Radio ofreció a la Universidad Iberoamericana la concesión de la XEX en onda corta, pero las autoridades, sobre todo el rector, consideraron de mucho riesgo el tener una frecuencia que se escucharía internacionalmente en manos de estudiantes, sobre todo por las experiencias de impuntualidad y desorganización que reinaban en las transmisiones de circuito cerrado. Otra de las razones era la situación social predominante en México, con los continuos desajustes provocados por los estudiantes y las autoridades de la Ibero temían que la radio se convirtiera en portavoz del movimiento, por lo que se convirtió en el pretexto para rechazar la concesión ofrecida.

El 14 de marzo de 1979 ocurrió el temblor conocido como “el de la Ibero” ya que destruyó casi la totalidad de los edificios de la Universidad y se perdió todo el equipo de radio con el que se contaba. Aunque las aulas se reinstalaron en el estacionamiento con construcciones de lámina, la construcción de las nuevas instalaciones en Santa Fe se iniciaron el 25 de noviembre de 1986 con el apoyo de Fomento de Investigación y Cultura Superior, A.C. (FICSAC), pero sólo se consideraron los laboratorios de cine y televisión en la reconstrucción, no así el de radio.

¹² Lic. Francisco de Anda, catedrático de la UIA y encargado del laboratorio de radio de 1969 a 1978, citado en *Radio Experimental Universitaria...* p. 64

El subsistema de radio, creado con el laboratorio de radio y las transmisiones de circuito cerrado, desapareció del Plan de Estudios en 1979. Y no fue hasta 1987 cuando resurgió la inquietud de los alumnos por abrirlo. Ángel Cabrera, Iñaki Manero y Eduardo Vallarta, estudiantes de la carrera, deciden fundar XHUIA, Radio Activo.

Inicialmente, lograron tramitar ante las autoridades de la universidad que se reabriera el Subsistema de Radio, con materias como Radio I, Empresa radiofónica, Producción de Radio I, etc. Además, instalaron en una de las bodegas del campus Churubusco un equipo que ellos mismos consiguieron, con apoyo financiero de la universidad, y se empezaron a producir programas que se transmitían en la cafetería, una vez obtenida la autorización por el rector Ernesto Domínguez Quiroga. Todos los programas se producían con anterioridad y la "transmisión" era por cables al circuito cerrado instalado en la cafetería.

Finalmente, Radio Activo suspendió indefinidamente transmisiones en 1988, cuando se realizó el cambio de las instalaciones de la Universidad a los terrenos de Santa Fe. Además, se habían creado algunos conflictos con el Consejo de Presidentes de Sociedades de Alumnos (COPSA) ya que la autorización e instalación de Radio Activo se había realizado sin su supervisión, es decir, en un trámite directo entre el Rector. COPSA argumentaba que las emisiones distraían a los alumnos y que los profesores se habían quejado. De cualquier manera, Radio Activo nunca volvió a transmitir, aunque el Subsistema de Radio continuó funcionando.

Al construirse las nuevas instalaciones de la UIA en Santa Fe, no se pensó en reservar un espacio para el laboratorio de radio, aún cuando la Sra. María Esther Gómez de Aguirre, presidente de la Organización Radio

Centro, había ofrecido la donación del equipo necesario para la instalación del laboratorio. En el recorrido inaugural, la Sra. Gómez de Aguirre reiteró la oferta de la donación y la búsqueda del espacio dio como resultado la construcción del Laboratorio de Radio en lo que se había reservado para la sala de proyecciones del Laboratorio de Cine en la Semana Santa de 1988.

Otro elemento importante en el desarrollo del laboratorio fue la llegada del Lic. Jorge Villalobos, quien encaminó toda su experiencia del proyecto de Radio Teocelo, para estructurar y organizar la estación de radio de la Universidad Iberoamericana. La diferencia principal radicaba en que ya no se iban a "transmitir" por medio de cables los programas post-producidos en el laboratorio, sino que se deseaba hacerlo desde una frecuencia autorizada en el dial.

A partir de esta idea, se hizo necesario aumentar y mejorar el equipo con el que ya contaba el laboratorio, por lo que se recurrió nuevamente a la Sra. Gómez de Aguirre, quien donó lo que hacía falta. Por su parte, su hijo, Adrián Aguirre, donó el transmisor de 1 watt con el que inició la estación y se comprometió a celebrar convenios de capacitación con la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRyT).

Este momento determinó el despertar de la curiosidad por hacer radio y, en muchos de ellos, la vocación de radialistas. Como dice Jorge Villalobos, refiriéndose a esa época de inicio, "ahora con el transmisor nuevo se nos van a abrir enormes posibilidades para ver la radio en forma integral y nos damos cuenta de nuestros grandes hoyos; por ejemplo, no

sabemos nada de ingeniería y corremos el riesgo de echar a perder el equipo".¹³

Simultáneamente que la UIA buscaba y conseguía el equipo necesario para echar a andar el proyecto de la estación, se comenzaron a tramitar los permisos necesarios ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes de una radio experimental universitaria, con baja potencia, pero con mucha seriedad.

Antes de obtener la autorización de la SCT, Radio Ibero comenzó a transmitir en circuito cerrado, con bocinas instaladas dentro de las instalaciones de la Universidad. La primera transmisión fue el 15 de febrero de 1990 con una programación de 10:30 a 12:00 y con su repetición a las 17:30. Al poco tiempo se suspendió la retransmisión de la tarde porque casi nadie la escuchaba y, aunque tenía una potencia autorizada de 20 watts, sólo contaba con un watt de potencia.

Así, el 26 de abril de 1990, el Mtro. Pablo Casáres Arrangois, director de la Licenciatura de Comunicación, solicitó al Lic. Andrés Caso Lombardo, Secretario de Comunicaciones y Transportes de esa época, el permiso para instalar y operar una estación de radio de frecuencia modulada. Después de un año, en que la dependencia estudió la petición y el proyecto que la sustentaba, se recibió un oficio de autorización, firmado por el Lic. Sergio Navarro Benítez, Director General de Normas y Sistemas de Difusión. La

¹³ Jorge Villalobos, ex coordinador de la Licenciatura en Comunicación de la UIA e integrante de los proyectos radiofónicos de Huayacocotla y Teocelo, citado en *Radio Experimental Universitaria...* p. 90

autorización fue provisional a revisión cada 180 días a partir de la fecha de primera transmisión, con las siguientes características:

Ubicación	México, D.F. 10° 22' 48 " LN 99° 14' 30" LW
Distintivo de llamada	XHUIB-FM
Frecuencia	90.9
Canal	215-D
Potencia radiada aparente	20 watts
Altura del centro de radiación de la antena con relación al nivel del terreno promedio	130 mts.

Una vez enterada la Universidad Iberoamericana, se procedió a cumplir los requisitos estipulados, y después de una intensa actividad Radio Ibero salió al aire el 1° de marzo de 1991.

Inicialmente, Radio Ibero comenzó en el 108.3 del FM, con una programación estructurada con base en el ejemplo más cercano que se tenía, las estaciones comerciales. Sin embargo, las radios digitales no pueden captar la frecuencia que tenía la estación, por lo que se cambió al 107.9 FM, última aceptada por los aparatos receptores, acorde al lineamiento impuesto por la SCT de que no debía interferir ninguna otra frecuencia ya asignada.

Posteriormente, Radio Ibero cambió a su frecuencia actual, el 90.9 mhz de FM y en marzo de 1994, el Mtro. Pablo Casáres solicitó al Dr. Alfonso Amilpa Godínez, Director General de Normas y Sistemas de Difusión, la ampliación de potencia, de 7.5 watts efectivos, a 100 watts para cubrir eficientemente el área de Santa Fe. La autorización fue otorgada y firmada

por el Lic. Jorge L. Curría Hernández, nuevo Director General de Normas y Sistemas de Difusión, y en ella se explican las condiciones para funcionar:

- a) Recurrir a un perito en telecomunicaciones, especializado en radiodifusión, que garantice que no se afecte otros sistemas.
- b) Presentar la documentación correspondiente en un plazo no mayor de 180 días naturales.
- c) Recibir la visita de un inspector técnico para verificar el correcto funcionamiento de la estación.

En 1996, Radio Ibero contaba con el siguiente equipo:

Cant.	Descripción	Cant.	Descripción
1	Consola-Mezcladora de 10 canales	1	Mueble de metal con ruedas para grabadora de ¼"
1	Cassettera doble	2	Bancos giratorios cromados y con forro de vinil
1	Compact doble	1	Mueble para cartuchos
1	Grabadora reproductora	2	Ventiladores
2	Tornamesa con pre-amplificador	1	Monitor de frecuencia
2	Cartuchera reproductora	1	Compresor – limitador
3	Bocinas	1	Excitador
3	Micrófonos	1	Transmisor FM FAVSA 300 watts
3	Tripie para micrófono de piso	1	Wattómetro de paso
2	Tripie para micrófono de mesa	1	Carga fantasma para 300 watts
3	Muebles disqueros	1	Antena
1	Mesa para cabina de locutor	1	Línea de transmisión
1	Mueble en escuadra para equipo montado	1	Regulador de voltaje
2	Muebles para CD y cartucheras	1	Rack con ventiladores

Es importante destacar que la promoción de Radio Ibero fue más que nada por medios gráficos: carteles, panfletos y anuncios en *El Ladrillo*, el

periódico de la universidad; pero más que nada, fue el comentario de boca en boca lo que contribuyó al crecimiento de la estación como parte de la UIA.

A partir del periodo Otoño 1996, a petición del rector de la Universidad, Lic. Carlos Vigil Ávalos, las siglas de la estación pasaron de XHUIB a XHUIA.

4.3. EL PROYECTO DE RADIO IBERO. SUS ETAPAS.

Dentro del proyecto de Radio Ibero, que se ha desarrollado en la Universidad Iberoamericana desde 1964, tal y como se ha visto en la historia de la estación, pueden identificarse varias etapas, donde cada una tiene una serie de características fundamentales en su idea de "hacer radio":

PRIMERA ETAPA: Laboratorio de radio en Zaragoza N° 84.

Al crearse la carrera de Ciencias y Técnicas de la Información, los estudiantes que la cursaron sintieron la inquietud de crear un laboratorio donde practicar lo teórico aprendido en las aulas. De esta manera, el laboratorio era sólo un espacio muy limitado tecnológicamente donde practicar y experimentar en la producción de programas, cápsulas y proyectos. Es fundamental que la participación en el laboratorio no fuera obligatoria, ya que el compromiso establecido por los estudiantes para con el proyecto del laboratorio era genuino y, hasta cierto punto, ayudaba a que las producciones fueran de calidad en el contenido y se esforzaran en mejorar técnicamente.

SEGUNDA ETAPA: Instalación del circuito cerrado en las cafeterías y áreas administrativas.

Con el anhelo de que los demás compañeros, alumnos y maestros de la Universidad escucharan las producciones, se instaló el circuito cerrado. Sin embargo, de ninguna manera se planteó como una respuesta a las necesidades de la comunidad oyente, sino más bien como la satisfacción de los mismos productores, alumnos y locutores que deseaban que los demás escucharan sus programas. "Al principio, de ninguna manera se partió de la gente, sino que fue como un fogonazo, una idea. 'Si estamos haciendo programas, pues vamos a salir al aire'"¹⁴, es decir, no se realizó una encuesta, ni una investigación acerca del auditorio; si bien el proyecto original del Lic. De Anda consistía en de "que aprendieran a considerar al auditorio externo, no nada más al de la Ibero".¹⁵ No se consideró ni a uno ni a otro, prueba de ello es la poca participación que se obtenía en la estación y la falta de compromiso de lo que estaban en ella.

¹⁴ Lic. Francisco de Anda, citado en *Radio Experimental Universitaria...* p. 67

¹⁵ *Idem*, p. 64

TERCERA ETAPA: Fundación, crecimiento y muerte de Radio Activo (XHUIA).

La estructura de la "estación" era la siguiente:

Nombre de la Estación	Radio Activo
Siglas	XHUIA
Horario	Martes y Jueves de 9:00 a 9:10 y de 18:00 a 18:10
Director General	Mtro. Ethiel Cervera (Coordinador del Subsistema de radio y profesor de tiempo completo)
Director de Operaciones	Angel Cabrera
Coordinador General	Eduardo Vallarta
Coordinadores de Información	Gabriela Jiménez y Oscar Mena
Asesor Musical	Lic. Emilio Zafra (profesor de asignatura)
Asesor de Redacción	Lic. Elena Mier y Terán (profesora de asignatura)
Relaciones Públicas	Carmen Meza e Iñaki Manero
Producción y Dirección	Beatriz Valdespino, Martha Castro y Rocío Barbosa

Para la creación de este proyecto, tampoco se realizó encuesta alguna, ya que, como explica Iñaki Manero, uno de los fundadores, "simplemente empezamos basándonos en el pasado, en las experiencias de los que hacían televisión en la Ibero. Pensamos que eso podía funcionar y nos aventamos sin tomar en cuenta a nadie, porque sabíamos de antemano que era un hecho que iba a trascender".¹⁶ Aún a pesar de esta aseveración, los integrantes de Radio Activo sentían que estaban transmitiendo el espíritu

universitario de la UIA, "La verdad nos hará libres", porque estaban transmitiendo el espíritu de los jóvenes, de 19 a 25 años, donde no sólo se toca música sino también ideas universitarias. "Una radio para jóvenes, para gente universitaria" para gente de ese espíritu universitario, no puede ser frívola, aunque debe tener también cosas culturales, como las cápsulas insólitas y de cosas extrañas"¹⁷.

La idea de crear Radio Activo era crear experimentos, jugar a la radio en serio, buscar diferentes formas de hacer una buena estación de radio, consistente y que llegara al grupo universitario, conocer la base de una estación comercial para hacer radio. "Queríamos aprender jugando a la radio, no todo era experimentación"¹⁸.

Como puede observarse en las programaciones reseñadas en el apartado anterior, la mayoría de los programas que se transmitían eran musicales o de comentarios. No había ninguno que entrañara un servicio directo a la comunidad.

CUARTA ETAPA: El nacimiento de Radio Ibero.

La diferencia principal entre esta etapa y la anterior, es que el deseo de transmitir ya no era sólo a través de cables, sino que se quería una frecuencia autorizada en el dial para lanzar las emisiones al aire. Dejar de post-producir los programas y hacerlo en vivo. Además, el público sería más amplio, ya que incluiría a las colonias de alrededor. Sin embargo, aunque la

¹⁶ Entrevista realizada a Iñaki Manero, ex alumno de la UIA y precursor del proyecto Radio Ibero, el 23 de agosto de 1998.

¹⁷ *Idem*

¹⁸ *Idem*

perspectiva era tener una radio más poderosa, con mayor audiencia y más profesional, la realidad fue otra. El Lic. Jorge Villalobos, encargado de echar a andar este proyecto, dice al respecto del mismo, “Estamos haciendo una programación para nuestro gusto, para nuestra diversión, pero después vamos a tener la responsabilidad de hacerla a un público y vamos a poder celebrar audiencias y mediciones del auditorio para servir a una comunidad y tenemos el gran reto de la creatividad. Ya tenemos los instrumentos, ahora nos hace falta saber utilizarlos”.¹⁹

Según Susana Reséndiz Ceja, encargada del laboratorio de radio, la intención de instalar un sistema de transmisión radial experimental dentro de la universidad tenía el doble propósito de ofrecer a los alumnos del subsistema una práctica radiofónica real, así como establecer un sistema radiofónico que facilitara e incrementara la información e intercomunicación de la comunidad universitaria. “La programación estructurada en función de lo que se tenía como ejemplo más cercano, que son las estaciones comerciales que escuchamos en la radio todos los días”.²⁰ Mario Canseco, quien participó activamente en esta etapa del proyecto Radio Ibero, comenta que la producción de los programas y selección de temas y música no respondía a nada más que a los intereses de quienes los producían, en ningún momento se tomaba en cuenta e interés del auditorio, ni el de la Universidad ni el de los alrededores.

El diseño fundamental de la programación se hizo con base en la intuición; lo que básicamente se podía ofrecer a los universitarios del

¹⁹ Jorge Villalobos, citado en *Radio Experimental Universitaria...* p. 91

campus era: primero, una estación que ofreciera diariamente la información sistematizada de lo que ocurre en la universidad; segundo, la música que gusta al universitario, “y en este sentido no había mucho que investigar, ya que cualquier alumno con gusto musical, y más un comunicador, sabe qué música programar”.²¹

El proyecto consistía en tratar de promover el modelo de radio participativa educativa que se había aplicado en Teocelo, entre los estudiantes. La idea era ver la posibilidad de crear una radio universitaria comunitaria, con los objetivos primordiales de “favorecer los procesos de servicio social que tenía la universidad en el área de Santa Fe y, por el otro, favorecer la capacitación profesional y en la práctica de los estudiantes del subsistema de radio”.²²

En el sentido del servicio social, la UIA pretende que “no sean trabajos de academia ni de escritorio, sino que los alumnos realmente tengan la oportunidad de dar un servicio directo a la población de escasos recursos o con menos oportunidades en nuestro país”.²³

Se estableció el perfil de una radio cultural, experimental, universitaria y participativa, cuyo primer titular fue el Lic. Jorge Villalobos, hasta diciembre de 1993.

²⁰ Entrevista realizada a Susana Reséndiz, encargada del Laboratorio de Radio, el 20 de abril de 1998.

²¹ Jorge Villalobos, citado en *Radio Experimental Universitaria...* p. 102

²² BARRAGÁN Navarrete, Elizabeth Juana y Guillermo Isaac Velázquez Andrade. *XHUIB Radio Ibero, análisis de la emisora*. Tesis de Licenciatura, p. 7

²³ Jorge Villalobos, citado en *Radio Experimental Universitaria...* p. 100

Se instauraron varias maneras de fomentar la participación de los estudiantes. Por ejemplo, invitando a los alumnos del subsistema de radio a través de las materias que estaban cursando, de forma que tuvieran una salida en la producción a través de Radio UIA. Asimismo, se recurrió a integrar al plan de Centro de Servicio y Promoción Social, como una alternativa donde el alumno pueda realizar trabajo comunitario en las zonas aledañas a la universidad a través de un medio masivo de comunicación y así se van integrándose al equipo de radio. Además, también estaban los voluntarios, que semestre con semestre iban creciendo en número y participación.

El financiamiento de la emisora representa un problema, ya que como todo proyecto de esta naturaleza, se tienen gastos; la idea es que no sea un proyecto subsidiado por la universidad, ya que "como todo medio de comunicación que da un servicio, éste cuesta y si es efectivo, entonces la gente lo paga"²⁴. Se está tratando de ubicar como una radio de servicio que pueda recibir cooperaciones de quienes reciben los servicios, se puede encontrar patrocinios de empresas o de particulares que quieran impulsar cierto tipo de programas radiofónicos.

QUINTA ETAPA: La institucionalización de Radio Ibero.

A partir del otoño de 1997, se está dando un proceso en Radio Ibero, el cual afectará la estructura y organización de la estación, es un proceso de transición de la emisora, que estaba a cargo del Departamento de Comunicación, y ahora pertenece al conjunto de la Universidad. "Es un

²⁴ *Idem*, p. 110

proceso complejo que tiene como objetivo que la universidad participe en el debate nacional e internacional, es decir, una estación que refleje lo que nosotros hacemos, pensamos, estar presentes en los diferentes ámbitos de la vida nacional”.²⁵

Radio Ibero cumplió su cometido como estación de radio experimental, pero “los cambios nacionales hacen ver a las radios universitarias como algo más que un laboratorio de radio, hay que participar de la mano con los procesos sociales, políticos y económicos que sin duda modifican lo que le rodea”.²⁶

“Debe cumplir con la función y papel de radio universitaria, reflexionando lo que se hace dentro de la universidad y extendiéndolo al resto de la comunidad no universitaria, es decir, tener presencia como radio comunitaria frente a la radio comercial”.²⁷ El proyecto de la quinta etapa de Radio Ibero ha dejado atrás la experimentación y el juego, ahora se orienta hacia la reflexión de los acontecimientos, internos y externos, para que se erija como voz de denuncia y comunidad, que no puede olvidar a los múltiples sectores que conforman nuestra comunidad.

4.4. DESCRIPCIÓN DE SU PROGRAMACIÓN Y PARTICIPACIÓN DE ¿QUIÉN?

La primera etapa de Radio Ibero no contaba con una transmisión formal, ya que tan sólo se producían programas en el laboratorio de radio instalado para que los estudiantes de Comunicación (Ciencias y Técnicas de

²⁵ Entrevista realizada a Erick Fernández, Director de Radio Ibero, el 5 de junio de 1998.

²⁶ Erick Fernández Saldaña, Director de Radio Ibero, citado en “La radio como parte activa en el quehacer universitario: Radio Ibero” *El Ladrillo* N° 133

la Información) grabaran y mezclaran producciones sencillas y experimentarían.

La programación de la segunda etapa de Radio Ibero, antes del sismo, tan sólo consistía en música y comentarios que funcionaban de fondo en la cafetería, las áreas administrativas y la caja.

En estas dos etapas, los únicos que participaban eran los interesados en sacar adelante el proyecto "radiofónico" del laboratorio y circuito cerrado. Se intentó promover la participación de los demás estudiantes por medio de diferentes tácticas, pero tan sólo algunos estaban comprometidos.

Radio Activo, tercera etapa de Radio Ibero, transmitía en un horario de 9:00 a 9:10 y de 18:00 a 18:10 los martes y jueves. En 10 minutos "se transmitía", por medio de cables hacia la cafetería de la escuela, alguna cápsula musical, una serie llamada "Lo insólito", chistes y algunos consejos, todo con música de fondo.

Ya dentro de la cuarta etapa de la estación, en 1990, la programación era como sigue:

HORA	MARTES	JUEVES
10:00 a 10:30	Teatrificando	Teatrificando
10:30 a 10:45	Al Aire	Al Aire
10:45 a 11:00	Collage	Collage
11:00 a 11:20	Rompe la rutina	Algo de qué hablar
11:20 a 11:40	Tu presencia al aire	El espacio de Lazlo Lozla
11:40 a 12:00	Suena tu rola	Rock en español

²⁷ "La radio como parte activa en el quehacer universitario: Radio Ibero" *El Ladrillo* N° 133

En 1991 se amplió la programación a un horario de lunes a viernes de 10:55 a 13:30, contando con espacios musicales, de teatro, deportes, comentarios, noticiarios y 15 minutos de música sin locutores. La programación era la siguiente:

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
10:55	Entrada Institucional				
11:00 a 11:30	Flashback	Radio Tópicos	Detrás de la curva	El concepto de la idea	Radio Tópicos
11:30 a 12:00	Al Aire	Al Aire	Al Aire	Al Aire	Al Aire
12:00 a 12:15	Música	Música	Música	Música	Música
12:15 a 13:00	Collage	Collage	El arca de Noemí	Collage	Collage
13:00 a 13:30	Tendencias	Micrografías	Estilos	Teatrificando	El lado amable del deporte
13:30	Cierre de transmisión				

En la primavera de 1992, Radio Ibero vuelve a ampliar su programación, de tal manera:

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
9:55	Entrada Institucional				
10:00 a 10:30	El concepto de la idea	Marginal Cero	Marginal Cero	El loro de Moscú	Música
10:30 a 11:00	Coincidencias	Titanium	Ambivalencias	Titanium	Coincidencias
11:00 a 11:30	New FM	Lluvia de asfalto	Hispanomax	Mitologías	La Filomena
11:30 a 12:00	Al Aire	Al Aire	Al Aire	Al Aire	Al Aire
12:00 a 12:30	En vanguardia	En vanguardia	En vanguardia	En vanguardia	En vanguardia
12:30 a 13:00	El lado amable del deporte	Tendencias	No estacionarse	Información Latinoamericana	El lado amable del deporte
13:00 a 13:30	Ventana universitaria	El otro	Ventana universitaria		Ventana universitaria
13:30	Cierre de transmisión				

El Mtro. Ethiel Cervera se hizo cargo de la estación y redactó el proyecto para la primavera de 1996, cuando la programación volvió a ampliarse y tuvo una definición mucho más puntillosa del perfil, las barras y los programas.

El perfil se distribuye en cinco líneas ²⁸:

Tipo de Programas	Perfil
Humanísticos	Orientados a la reflexión y análisis desde diversas disciplinas.
De servicio	Orientados a las comunidades vecinas, donde los propios miembros de estas zonas exponen sus problemas.
Artísticos y culturales	Transmiten la cultura y el arte de México y el mundo.
De expresión musical	Transmiten y analizan la historia de la música de diversas culturas.
De opinión editorial	Buscan incidir mediante sus noticiarios y editoriales la reflexión de problemas sociales.

²⁸ BARRAGÁN Navarrete, Elizabeth Juana y Guillermo Isaac Velázquez Andrade *Op.cit.*, p. 12

Las barras en las que se encuentra dividida la programación:

Horario	Tipo de barra	Objetivo
6:30 a 9:00	Noticiarios y programas de difusión, opinión y análisis universitarios.	Información, análisis y opinión acerca de los eventos culturales y universitarios, así como los sucesos políticos y sociales y la situación económica.
9:00 a 11:00	Contenidos Comunitarios y de Servicio Social.	Orientación, servicio y apoyo a las comunidades populares menos favorecidas.
11:00 a 13:00	Difusión cultural universitaria y de contenido humanístico.	Contenido humanístico contemplando la difusión de la cultura para ponerla al alcance de todo tipo de audiencia.
13:00 a 15:00	Informativos, musicales y de comentarios de temas específicos	Difusión, entretenimiento, empatía con temas preferenciales como cine, deportes; así como orientación a una audiencia universal.
15:00 a 16:00	Música internacional y difusión de otras culturas.	Transmisión de diversas manifestaciones musicales de otros países.
16:00 a 17:00	Música y entretenimiento para una audiencia juvenil universitaria.	Entretenimiento y transmisión de la cultura musical.
17:00 a 19:00	Carácter alternativo-experimental.	Creación de programas alternativos.
Intercalado	Promocionales de la estación	Difusión de la programación y de la estación misma.

No se puede negar que las barras en las que se divide la programación de la emisora se antojan como una emisora completa, comprometida con su audiencia, sus objetivos y fines; sin embargo, la programación que a continuación se detalla ofrece una visión diferente.

PROGRAMACIÓN DE RADIO IBERO

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
6:30 a 7:20	El Merolico				
7:20 a 8:10	El Despertador				
8:10 a 9:00	Al Aire				
9:00 a 10:00	Estates mi casa	El sobre	Barra musical	El plato fuerte	Alcohólicos Anónimos
10:00 a 11:00	Mitofilia	El beso de arena	Diálogo	El abismo cerebral	Socializando
11:00 a 12:00	Espacio al aire	Barra musical	Gustos vemos, corazones no sabemos	Entreacto	La tainola cinematográfica
12:00 a 13:00	El hijo del ornitorrinco	Un camino a la tranquilidad	¿Por qué cantamos?	Atmósfera	Las puertas del paraíso
13:00 a 14:00	Récord deportivo	La salsera	Animascopio	Toma 90.9	Récord deportivo
14:00 a 15:00	El eslabón	El chile negro	Infinito armónico	El chile negro	Debraye musical
15:00 a 16:00	Terranova	Terranova	Rockulto	Ficciones	Comics
16:00 a 17:00	Terranova	Barra musical	Barra musical	Barra musical	Epitafio
17:00 a 18:00	Culturas y medios	Barra musical	Exodus	La casa de Elrick	Real world
18:00 a 19:00	Esto es un roadmovie	Barra musical	Las alas de la salamandra	391	Snubber Network

En el esquema de la programación anterior se han sombreado los programas que se consideran comunitarios o de servicio a la comunidad. Radio Ibero tiene un total de 42 programas, de los cuales sólo 5 se consideran de tipo comunitario, mientras que los musicales son la mayoría, mientras que algunos ni siquiera pueden definirse en una barra.

Es importante que se cuente con un proyecto que defina los lineamientos a seguir en cualquier proyecto, pero en este caso la realidad y la práctica no son congruentes con lo estipulado en el proyecto del Mtro. Ethiel Cervera.

Jorge Rendón, ex presidente de la Sociedad de Alumnos de Comunicación "Kinesis" y productor del programa "El hijo del ornitorrinco", señala que la mayoría de los que se encontraban en esos semestres (1996-1997) en Radio Ibero tan sólo satisfacían sus gustos personales o de sus amigos, casi nadie respetaba los parámetros establecidos, tanto en la estación como en su propio proyectos. "Había programas como 'Debraye musical', donde lo único que hacían era decir lo primero que les pasaba por la cabeza y poner cualquier música, mientras que otros nos esforzábamos por mejorar cada vez más la calidad en forma y contenido; ... había otros que ni siquiera llegaban a la hora que le tocaba transmitir y el encargado ponía un CD o un DAT pregrabado para no dejar el espacio vacío."²⁹

A partir de la institucionalización del otoño de 1997, la programación y el enfoque de Radio Ibero se ha ido modificando paulatinamente. Aunque

²⁹ Entrevista realizada a Jorge Rendón, ex presidente de la Sociedad de Alumnos de Comunicación "Kinesis", el 18 de julio de 1998.

la barra programática no está bien definida todavía, hay algunas características de ella que se están manejando ya.

En el horario matutino se ha incrementado el número de programas de diferentes dependencias, tales como Difusión Universitaria (publicaciones de la UIA), el Departamento de Derecho a través de un programa de asesoría legal, el Departamento de psicología sobre problemáticas psicosociales y programas de atención comunitaria, como Neuróticos Anónimos. Se han establecido acuerdos, a partir del Encuentro Internacional de Radio en Santiago de Chile, con emisoras internacionales, como la BBC de Londres, Radio Neatherland y radiodifusoras de Alemania y Estados Unidos para desarrollar proyectos de trabajo conjuntos en el futuro.

Algunos otros programas con los que se cuenta:

Venus a fin de siglo, los lunes a las 9:00. y conducido por Michelle Remond, es "un espacio de reflexión desde la perspectiva vivencial de la mujer universitaria como protagonista de su propia realidad, presente y futura".³⁰

A las puertas del paraíso, es un programa del departamento de psicología destinado a los intereses de cualquier miembro de la comunidad universitaria.

³⁰ *El Ladrillo*, N° 123

4.5. ALCANCE DE LA EMISORA. ¿Y LAS COLONIAS DE ALREDEDOR?

Como ya se ha visto, la característica generalizada de la planeación y definición de las diferentes programaciones que han pasado por Radio Ibero en sus diferentes etapas, es la falta de investigación en las audiencias, tanto en la gente de la comunidad universitaria de la Ibero, como en las colonias de alrededor.

Una vez que se ha planteado e instalado el proyecto de Radio Ibero en su cuarta etapa, donde ya se tiene el transmisor y el permiso para transmitir en 20 watts a los alrededores, entonces entran las comunidades aledañas dentro del derrotero de la estación. Se plantea crear transmisiones de radio para universitarios y para personas de comunidades populares; "la idea sería que nuestro potencial serían los universitarios que estén en el campus y las comunidades de alrededor por la potencia que tenemos en la emisora"³¹, pero integrar ambos en una barra programática representa un problema.

Para definirla es necesario establecer un acercamiento mucho más cuidadoso sobre el auditorio destinatario al que se va a invitar a formar parte del proyecto de comunicación, es necesario invitar a los alumnos de la universidad para que se involucren con la vida de las comunidades aledañas.

En este sentido, el planteamiento que realizó el Mtro. Ethiel Cervera en su proyecto de Radio Ibero es uno de los pasos que se han dado para conformar una estación que cumpla cabalmente sus fines y propósitos, pero

³¹ Jorge Villalobos, citado en *Radio Experimental Universitaria...* p. 104

como ya se ha visto su cumplimiento es otra cosa. Si bien existen barras definidas y objetivos a lograr, es muy raro que los que hacen la radio los cumplan, o tan siquiera los conozcan.

Dentro de la programación, sólo 5 de los 42 programas que estructuran las emisiones semanales de Radio Ibero tienen un servicio comunitario. Estos son:

- a) *Esta es mi casa* (Santa Fe habla), que se transmite los lunes de 9:00 a 10:00 y tiene la idea de ser radio comunitaria participativa e integrar a la comunidad de Santa Fe a nuestra comunidad universitaria, con el objetivo de promover la integración familiar, los valores, la filosofía de la universidad y lograr la participación de la comunidad con propuestas de temas y planteamiento de problemas.
- b) *Un camino a la tranquilidad*, que se transmite los martes de 12:00 a 13:00, del cual es responsable el Movimiento Buena Voluntad de Neuróticos Anónimos y mediante la radio pretende establecer un programa de servicio a la comunidad a través del intercambio de experiencias entre invitados. Es un programa con invitados ajenos a la universidad que comparten sus vivencias por medio de los micrófonos.
- c) *El plato fuerte*, los jueves de 9:00 a 10:00, donde se pretende difundir los conocimientos de nutrición en forma sencilla y de fácil comprensión para la población de Santa Fe y los estudiantes de la UIA.
- d) *Alcohólicos Anónimos*, los viernes de 9:00 a 10:00, cuyo responsable es el Comité de Información al Público del XII Distrito y el Grupo Alcohólicos Anónimos, quienes pretenden difundir el programa del

mismo grupo, donde sus integrantes comparten sus experiencias con el auditorio y ofrecen soluciones y apoyo.

- e) *Socializando*, inmediatamente después del programa de Alcohólicos Anónimos, este programa tiene como objetivo la difusión del quehacer social del Centro de Servicio y Promoción Social y la retroalimentación del servicio social de los alumnos y las instituciones.

De igual manera, aunque la estación cuenta con servicio telefónico, éste nunca se utiliza para establecer una conexión con el exterior, a manera de retroalimentación. Según Michelle Remond, conductora del programa *Venus a fin de siglo*, su programa recibió sólo 2 llamadas en un semestre de transmisión (y las dos personales).

CONCLUSIONES

¿ES O NO RADIO COMUNITARIA?

Se podría decir que sí y no. Efectivamente resulta una afirmación ambigua, contradictoria y, en apariencia, incongruente. Sin embargo, se debe partir del hecho de que la definición origen de *radio comunitaria* sigue siendo diversa y confusa: cada investigador, radio, institución o empresa tiene una definición, aplicable según el entorno y la trayectoria de lo que cada uno ha vivido, y son válidas tanto unas como otras, como ya se ha visto en el capítulo 3. De cualquier forma, se lograron rescatar algunas características clave, a partir de las cuales se hace la aseveración anterior. Es y no es.

En primera instancia, aún los que participan y participaron directamente en este proyecto no se ponen de acuerdo acerca de las cualidades de la estación. Universitaria, porque está dentro de una Universidad y depende de ella; experimental; porque funciona como laboratorio y taller de experimentos de los estudiantes que desean "foguearse" para salir mejor preparados al campo laboral; cultural, porque pretende, en teoría, que los contenidos de sus programas transmitan la cultura y la educación; comunitaria; porque atiende a una comunidad, aunque no la tengan bien definida e identificada. Cada quien la llama como le parece, ni siquiera en los documentos en los que se autorizan sus transmisiones se establece un acuerdo.

De igual manera, cada quien la 'usó' como mejor le pareció, como espacio alternativo de expresión, como lugar para *explayarse* y hacerse

famoso, como opción para presentar el servicio social sin tener que salir de la universidad, como laboratorio para experimentar y equivocarse sin temor a perder el empleo, al cliente o el *rating*. ¿De qué manera se puede definir un proyecto, si ni la propia identidad de la emisora está definida?

En el transcurso de cada etapa del proyecto de Radio Ibero, las necesidades y desarrollo de la estación fueron modificándose, como ya se observó en el capítulo 5. Tanto en forma generalizada, como en cada una de ellas, se pueden argumentar razones para definir sí es y no es.

En un principio, en su origen y concepción primaria hace 35 años, lo fue. Lo fue porque nació a partir de los intereses de una comunidad. Ya se hablaba de que las dimensiones o localización geográfica de una comunidad no determinan la calidad de *comunitaria* a la radio que le sirve. Efectivamente la comunidad que inició el proyecto de Radio Ibero, no era numerosa, ni siquiera abarcaba la comunidad universitaria en su totalidad, sino sólo un grupo de estudiantes de Comunicación que deseaban satisfacer la necesidad de un espacio en donde producir sus trabajos.

No fue, ya que los trabajos realizados eran mera producción y no poseían el elemento de la comunicación, no ponían en común a nadie ni sus trabajos permitían la retroalimentación con el auditorio, es más, ni siquiera tenían auditorio en un inicio.

En la segunda etapa, cuando las transmisiones se escuchaban por circuito cerrado, fue. Las producciones se ampliaron para ser escuchadas por una comunidad mayor: los estudiantes de Comunicación que se reunían en la cafetería y en las áreas administrativas, quienes conformaban un grupo con características, necesidades e intereses similares (en teoría).

No fue, porque de ninguna manera partieron de la gente; en ningún momento consultaron a su recién extendido auditorio para identificar sus necesidades e intereses en específico, sino que se lanzaron a la aventura de transmitir sus producciones, porque como ya se mencionó, "si estamos haciendo programas, pues vamos a salir al aire". Se tenía el equipo para montar un circuito cerrado, pero aún no se sabía *hacer radio*. Primero se tuvieron las herramientas y, hasta mucho después, se definió el proyecto de radio y sus metas. Además, la estación surgió con el modelo de la radio comercial, porque ese fue el ejemplo a seguir de los precursores del proyecto.

XHUIA surgió como propuesta interesante, con el fin de retomar y rescatar lo que se había logrado y perdido con el temblor de 1979, ocho años después. Nuevamente se pensó en el circuito cerrado, pero no se volvió a tomar en cuenta a la gente. Eran producciones enfocadas a la satisfacción de quienes las realizaban y no de quienes las escuchaban; no se realizó ninguna encuesta ni identificación de necesidades, porque, citando a Iñaki Manero, precursor de XHUIA, "nos aventamos sin tomar en cuenta a nadie, porque sabíamos de antemano que era un hecho que iba a trascender". ¿Quién o qué les hizo pensar que iba a trascender algo que no estaba considerando a la parte que da vida a una radio: el auditorio?

Al igual que el concepto básico de la estación no está bien definido por los que en ella participan, tampoco lo está el auditorio o público meta al que quieren llegar. Algunos se contentan con satisfacerse a sí mismos y a sus amigos, otros se interesan por los estudiantes de la carrera, las mujeres, los ingenieros, los megalómanos y, los menos, por las colonias de alrededor. Como pudo observarse, en la cuarta etapa del proyecto, ya con la frecuencia

de FM, autorizada para transmitir, la mayoría de los programas están enfocados a la música; tan sólo 5 de los 42 tienen un fin puramente de servicio social. Aunque tampoco hay que descartar el esfuerzo de los que pretenden hacer *programas comunitarios* dentro de la estación, que como ya se ha visto son válidos en sus principios y objetivos.

Es verdad que es difícil incorporar en una sola programación a las comunidades tan diferentes que pretende atender. Pero el punto básico, desde el cual se debe partir, es la identificación del auditorio, ¿a quién se le va a hacer llegar el mensaje?, ¿cuáles son los contenidos que interesan a ese quién?, ¿de qué forma se le van a hacer llegar esos contenidos? Son preguntas que no tienen respuesta en el proyecto de Radio Ibero, pues cada quien emplea su tiempo de transmisión como puede o quiere, la impuntualidad y falta de compromiso son ya características de la estación y sus productores. Además, si las preguntas anteriores no tienen respuestas dentro de la misma comunidad universitaria, ¿cómo la van a tener en las colonias que la circundan?

Ahora se pretende que la emisora pase a formar parte de la institución educativa como tal y no solamente de la Coordinación de Comunicación, y se habla de que ya ha terminado la etapa de experimentación. Entonces, haciendo cuentas, desde 1963, que se instaló el primer laboratorio de radio, hasta 1997, cuando inició el proceso de institucionalización, han pasado 34 años de experimentos.

Con este proceso de institucionalización, se pretende abrir las puertas de la estación a todos los universitarios que deseen participar en ella, desde estudiantes y maestros, hasta el Sindicato y los trabajadores manuales, sin dejar de lado en absoluto a las autoridades. Pretende ser el portavoz de

todas las voces que se conjuntan en la Universidad. ¿También lo será de los habitantes que colindan con la universidad, la comunidad de Santa Fe?

En este proceso de institucionalización no se puede dejar de reflexionar acerca del control de los mensajes que, muy probablemente, se lleven a cabo por parte de la Rectoría y las autoridades de la Universidad. Por ejemplo, cabe recordar la anécdota cuando, iniciando transmisiones se habló de la canción "Lucy in the Sky with Diamonds" de The Beatles y su supuesta relación con el LSD y las drogas. El entonces rector, el Padre Cortina, escuchó tal programa y amonestó tanto a los productores como al entonces encargado de Radio Ibero. Esto lleva a la pregunta, ¿qué tan libre es la estación para hablar de cualquier tema de interés de la comunidad (centrándose en la juvenil e inquieta comunidad universitaria) sin que haya repercusiones o represalias por parte de las autoridades que la financian?

Posiblemente el proceso de institucionalización que está viviendo la estación traiga consigo una mejor delimitación del proyecto de la Radio, incluyendo la de su auditorio para responder a sus necesidades, intereses y derechos de comunicación. Asimismo, debe definir cuál va a ser la comunidad a la que tenga que responder y atenerse a ella, para cumplir su compromiso y objetivos cabalmente.

Con el transcurso de la investigación, quedó claro que el proyecto se hizo "al revés", primero se tuvieron los medios y herramientas y después se aprendió a hacer radio. El proceso de aprendizaje no ha terminado, de hecho no termina nunca, pero XHUIA Radio Ibero aún está a tiempo de recuperar sus objetivos primordiales y congruentes con la filosofía que la sustenta: democracia, humanismo y justicia social.

FUENTES DE INFORMACIÓN

60 años de la radiodifusión en México: Directorio.

Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión

México, 1981-1982

186 p.p.

ACEVES, Francisco de Jesús, et.al.

Radiodifusión regional en México: historias, programas, audiencias.

Colección Jornadas Académicas. Serie Coloquios

Universidad de Guadalajara

Jalisco, México, 1991

219 p.p.

ALIAGA, Sandra y Claudia Bayona, et.al.

Radio y democracia en América Latina.

Instituto para América Latina (IPAL)

Lima, Perú, 1986

243 p.p.

ALVA de la Selva, Alma Rosa

Radio e Ideología.

El Caballito

México, 1982

217 p.p.

ARREDONDO Ramírez, Pablo y Enrique Sánchez Ruiz

Comunicación social, poder y democracia en México.

Universidad de Guadalajara

México, 1986

214 p.p.

BAENA Paz, Guillermina

Instrumentos de investigación. Manual para elaborar trabajos de investigación y tesis profesionales.

Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

México, 1978

170 p.p.

BALSEBRE, Armand

El lenguaje radiofónico.

Cátedra

Madrid, España, 1994

250 p.p.

BASSETS, Lluís

De las Ondas Rojas a las Radios Libres.

Gustavo Gilli

Barcelona, España, 1981

289 p.p.

CERRO María Luisa y Adrián de Garay

La Universidad Iberoamericana, una mirada introspectiva.

Cuadernos del Posgrado en Comunicación N° 2

Universidad Iberoamericana

México, 1992

93 p.p.

CISNEROS Espinosa, José

Los conceptos de educación y cultura y el funcionamiento actual de 9 radiodifusoras educativas y culturales.

Universidad de las Américas

México, 1992

189 p.p.

COLLIN, Claude

Radio poder. La radio como instrumento de participación social y política.

Colección Transiciones

Folios Ediciones

México, 1983

223 p.p.

Comunicación alternativa y comunicación popular

José Ignacio Rey

Revista "Comunicación" N° 28-29

México, 1980

CORRAL, Manuel

Comunicación popular y necesidades radicales.

La Red de Jonás. Premia editora

México, 1988

139 p.p.

CREMOUX, Raúl

La legislación mexicana en radio y televisión.

Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco

México, 1982

191 p.p.

ECO, Umberto

¿Cómo se hace una tesis? Técnicas y procedimientos de investigación, estudio y escritura.

Gedisa

España, 1994

267 p.p.

Economía, Comunicación y Desarrollo

"Estructura de poder de los medios de masas"

Jesús Martínez Terrero

Boletín RADIODIENT UNDA-AL N° 62

Pag. 86

Enlace CONEICC

N° 6, segundo semestre 1992

"Políticas de comunicación para una integración" Silvia Itzé Gómez Meza,

Pags. 6 a 7

ESTEINOU Madrid, Javier

Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía.

Nueva Imagen

Centro de Estudios Económicos y Sociales del Tercer Mundo

México, 1983

223 p.p.

FERNÁNDEZ Christlieb, Fátima

La radio mexicana: centro y regiones.

Juan Pablos

México, 1991. 188 p.p.

FONTCUBERTA, Mar de y J.L. Gómez Mompert

Alternativas en comunicación.

Mitre

España, 1983

141 p.p.

GONZÁLEZ Reyna, Susana

Manual de Redacción e Investigación Documental.

Trillas

México, 1990

204 p.p.

H. DE LA MOTA, Ignacio

Diccionario de la Comunicación. Tomo II

Paraninfo, S.A.

España, 1988

239 p.p.

HALE, Julian

La radio como arma política.

Gustavo Gilli

España, 1979

266 p.p.

KULHMANN, Federico y Alonso Antonio

Comunicaciones: pasado y futuros.

Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), Consejo Nacional para la Ciencia y la Tecnología (CONACyT), Fondo de Cultura Económica (FCE)

México, 1995

169 p.p.

La Universidad y el reto del México contemporáneo.

Edición Conmemorativa del XL Aniversario de la Universidad Iberoamericana "Consolidación académica e institucional 1956-1961"

Dr. Manuel Ignacio Pérez Alonso

Universidad Iberoamericana

México, 1983

186 p.p.

LEWIS, Peter M. y Jerry Booth

El medio invisible: radio pública, privada, comercial y comunitaria.

Paidós

México, 1992

320 p.p.

LÓPEZ Vigil, José Ignacio

Manual para radiaistas apasionados

Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC)

Ecuador, 1997

550 p.p.

LLANO Serafina, Oscar Morales (compilador)

La radiodifusión en México.

Comunicación, Tecnología e Investigación

México, 1984

233 p.p.

MENESES Morales, Ernesto

La Universidad Iberoamericana en el contexto de la Educación Superior Contemporánea.

Universidad Iberoamericana

México, 1979

304 p.p.

MERAYO Pérez, Arturo

Para entender la radio: estructura del proceso informativo radiofónico.

Universidad Pontificia

Salamanca, 1992

406 p.p.

MERCIER, Claude

La recepción radiofónica a bajo costo.

UNESCO

París, Londres, 1950

129 p.p.

ORTIZ Garza, José Luis

La guerra de las ondas.

Planeta

México, 1972. 269 p.p.

PASQUALI, Antonio

Comunicación y cultura de masas.

Monte Avila

Caracas, Venezuela, 1964

234 p.p.

PEPPINO Barrale, Ana María

Las ondas dormidas. Crónica hidalguense de una pasión radiofónica.

Universidad Autónoma Metropolitana

México, 1989

397 p.p.

PEPPINO Barrale, Ana María (coordinadora)

La radio permissionada en México: el caso de Hidalgo.

Documentos de trabajo N° 26

Fundación Friedrich Ebert

101 p.p.

Política Internacional y Comunicación Alternativa.

Conferencia expuesta por Eduardo Valenzuela, Ex Presidente del Comité Organizador de la Asamblea y Ex Vicepresidente de la Asociación Mundial de Radios Comunitarios.

IV Semana de Comunicación ANECO-FCPyS "Política internacional y medios de comunicación"

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, U.N.A.M.

12 a 17 de abril de 1993

PRADO, Emilio

Radios libres. Tomo II

Mitre

España, 1994

246 p.p.

PRIETO Castillo, Daniel

Discurso autoritario y comunicación alternativa.

La Red de Jonás. Premia editora

México, 1987

183 p.p.

PRIETO Castillo, Daniel
Diseño y Comunicación
Colección Diálogo abierto N° 7
Coyoacán
México, 1994
194 p.p.

Primer seminario de radiodifusión en regiones interétnicas.
Antología
Instituto Nacional Indigenista
México, 1991
187 p.p.

Primeras jornadas de la radiodifusión indigenista en México.
"Hacia una cultura de la tolerancia y la diversidad"
Coordinadora editorial Marcela Villegas
Cuadernos del INI N° 7
Instituto Nacional Indigenista
México, 1996
261 p.p.

Radio, Televisión y Cultura en América Latina.
Seminario del Centro Internacional de Estudios Superiores de
Comunicación para América Latina y el Centro de Estudios Democráticos
269 p.p.

REBEIL Corella, María Antonieta
Perfiles del cuadrante: experiencias de la radio.
Trillas
México, 1989
314 p.p.

Revista CHASQUI
N° 38, 1991

"Los últimos diez años" Gloria Dávila, pags. 69 a 72
"Panorama general de la prensa" Ana López, pags. 73 a 79
"Programación de los medios" Mauricio Estrella, pags. 80 a 83

Revista CHASQUI

N° 36, 1990

Comunicación e Integración

"Investigación y Cultura" José Marques de Melo, pags. 67 a 72

"Integración e intercomunicación" Luis Eladio Proaño, pags. 73 a 78

"Mito y realidad" Peter Schenkel, pag. 79

"¿Hacia dónde va la integración?" Alberto Acosta, pags. 80 a 83

Revista Mexicana de Comunicación.

Año 3 N° 18 Julio-Agosto 1991

"El tejido comunicativo de la democracia" Jesús Martín Barbero p. 26

"Radio Tips: vínculo entre radio y radioescuchas" p. 46

Revista Mexicana de Comunicación.

Año 5 N° 26 Noviembre-Diciembre 1992

"Radio comunitaria: acicate de los movimientos sociales en América Latina"

Peter Gellert p. 15

"Voces de la radio comunitaria" Omar Raúl Martínez p. 18

"La voz indígena por emisoras mexicanas" Isaura Corlay p. 18

REYES Matta, Fernando (compilador), et.al.

Comunicación alternativa y búsquedas democráticas.

Documentos y conclusiones del Seminario "Comunicación y Pluralismo. Alternativas para la década"

Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales. Friedrich Ebert Stiftung

México, Noviembre 1982

261 p.p.

ROJAS Soriano, Raúl

Métodos para la investigación social.

Plaza y Valdés

México, 1990

122 p.p.

ROJAS Soriano, Raúl

Guía para realizar investigaciones sociales.

Universidad Nacional Autónoma de México

México, 1985

280 p.p.

ROMO, Cristina

Ondas, canales y mensajes. Un perfil de la radio en México.

Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)

México, 1991

141 p.p.

ROMO, Cristina

La otra radio: voces débiles, voces de esperanza.

Fundación Manuel Buendía

Instituto Mexicano de la Radio

México, 1990

196 p.p.

SIMPSON Grinberg, Máximo (compilador)

Comunicación alternativa y cambio social.

I. América Latina.

La Red de Jonás. Premia editora

México, 1989, 373 p.p.

TORRES Retrepo, Camilo

Las escuelas radiofónicas de Sutatenza Colombia: evaluación sociológica de los resultados.

FRIBORGO Oficina internacional de investigaciones sociales de FERES

1961

75 p.p.

Ubicación tipológica de la cultura popular y la comunicación alternativa

Ponencia presentada por Miquel de Moragas y Emilio Prado

Congreso de Democracia y Comunicación

Barcelona, España

Septiembre 1982

VILAR, Josefina, et.al.

El sonido de la radio: ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica.

Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco

Instituto Mexicano de la Radio

Plaza y Janés, S.A. de C.V. y/o Plaza y Valdés

México, 1988

214 p.p.

VOCES Y CULTURAS

Revista de Comunicación

Número 213, Junio 1991

"Aproximación a la radio comunitaria" Esteban Ibarra

WOLF, Mario

La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas.

Colección Umberto Eco, Instrumentos Paidós

Paidós

México, 1992

318 p.p.

ZACATECAS, Bertha

Vidas en el aire. Pioneros de la radio en México.

Diana

México, 1996

222 p.p.

TESIS CONSULTADAS

MORA Ramírez, Lina Karla.

Origen, funcionamiento e ideología de la emisora "Radio Pirata" de la delegación Coyoacán en México, D.F.

Tesis de Licenciatura.

Universidad del Valle de México, 1997.

BARRAGAN Navarrete, Elizabeth Juana y Guillermo Isaac Velázquez Andrade.

XHUIB Radio Ibero, análisis de la emisora.

Tesis de Licenciatura.

Universidad Iberoamericana, 1996.

GOLDNER Braun, Noemí y Mariana Sánchez Gómez

Radio Experimental Universitaria. Caso práctico: XHUIB "Radio Ibero" 90.9 Mhz FM.

Tesis de Licenciatura.

Universidad Iberoamericana, 1992

ENTREVISTAS

Emilio Meza

Jefe del Departamento de Apoyo a la Operación de Radio, Subdirección de Radio, Instituto Nacional Indigenista

Erick Fernández Saldaña

Director de Radio Ibero. Universidad Iberoamericana

Iñaki Manero

Precursor del proyecto de Radio Ibero. Ex alumno de la Universidad Iberoamericana y productor de Núcleo Radio Mil.

Jorge Rendón

Ex Presidente de la Sociedad de alumnos de comunicación "Kinesis" de la Universidad Iberoamericana.

José Alberto López

Productor independiente. Encargado de la oficina del Centro Promotor de Radio Comunitaria (CEPRAC)

Mario Canseco

Ex alumno de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad Iberoamericana y productor en Radio Ibero en 1994.

Martha Silvia Ortiz

Encargada y directora de Radio Huayacocotla. Huayacocotla, Veracruz.

Michelle Remond Christen

Estudiante de la carrera de comunicación en la Universidad Iberoamericana y conductora del programa "Venus a fin de siglo" en Radio Ibero.

Susana Albarrán Méndez

Representante de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) en México

Susana Reséndiz Ceja

Encargada del Laboratorio de Radio. Universidad Iberoamericana