

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

**ALTERNATIVAS PARA LA UTILIZACION  
DE LA RADIO UNIVERSITARIA**

TRABAJO DE TESIS PRESENTADO POR  
**ISABEL ARRIAGA CIFUENTES**

Previo a optar el título de  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

GUATEMALA, ABRIL DE 1994

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
Biblioteca Central

DL  
16  
T (53)

**DIRECTOR**

*Lic. Jesús Alvarado Mendizábal*

**COMISION DIRECTIVA PARITARIA**

**REPRESENTANTES DOCENTES:**

*Lic. Jesús Alvarado Mendizábal  
M. A. Hugo Leonel Ruano Chacón  
Lic. Juan José Morales García*

**REPRESENTANTES ESTUDIANTILES:**

*José González Villanueva  
Marco Tulio Contreras López  
Daniel Antonio Fernández*

**SECRETARIO:**

*Lic. Miguel Antonio Paredes*

**ASESOR DE TESIS:**

*Lic. Jesús Alvarado Mendizábal*

**TRIBUNAL EXAMINADOR**

*Presidente: Jesús Alvarado Mendizábal  
Lic. Carlos Interiano  
Licda. Silvia A. Búcaro  
Lic. José María Torres  
Lic. Miguel Angel Juárez  
Suplente: Licda. Miriam Isabel Yucuté*

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



**ESCUELA DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACION**

Ciudad Universitaria, Zona 18  
GUATEMALA, CENTROAMERICA

**ACUERDO DE DIRECCION  
No. 22-83**

EL DIRECTOR DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, con base en los documentos correspondientes,

**ACUERDA:**

Aprobar el cierre de curriculum de la estudiante Isabel Arriaga Cifuentes, carnet No. 20592, en la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Dado en la ciudad de Guatemala, a los tres días del mes de mayo de mil novecientos ochenta y tres.

"ID Y ENSEÑAR A TODOS"

  
Lic. Julio Santos  
Director

JS/rde



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS  
DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACION  
Ciudad Universitaria, Zona 12  
Guatemala, Centroamérica

Guatemala, marzo 22 de 1993.  
ECC 363-93

Licenciado  
Jesús Alvarado Mendizábal  
Esc. Ciencias de la Comunicación

Apreciable licenciado Mendizábal:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir a usted lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el inciso 13.11 del punto DECIMO TERCERO, del Acta No. 10-93 de sesión celebrada el 17 de marzo de 1993.

"DECIMO TERCERO:... 13.11... Comisión Directiva Paritaria, en vista del informe favorable presentado por la Comisión de Tesis, ACUERDA: a) Aprobar a la estudiante ISABEL ARRIAGA CIFUENTES, carnet No. 20952, el punto de tesis ALTERNATIVAS PARA LA UTILIZACION DE LA RADIO UNIVERSITARIA; b) nombrar asesor de tesis al licenciado Jesús Alvarado Mendizábal."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Lic. Cristóbal Rivera López  
Secretario.

CRL/rda  
c.c. Comisión de Tesis



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS  
DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACION

Ciudad Universitaria, Zona 12  
Guatemala, Centroamérica

## DICTAMEN PROYECTO DE TESIS

Profesional que emite dictamen: Lic. Jesús Alvarado Mendizábal

Título del Proyecto de Tesis: ALTERNATIVAS PARA LA UTILIZACION DE LA  
RADIO UNIVERSITARIA

Nombre del Estudiante: TSABEL ARRYAGA CIEHENTES

Carnet: 20952

Fecha de Recepción: 12 de abril de 1993

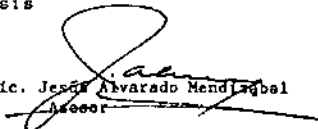
Fecha de Envío para Dictamen: 12 de abril de 1993

Fecha del Dictamen: 13 de abril de 1993

### INSTRUCCIONES

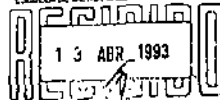
El dictamen debe hacerse en original y dos copias. El original es para la instancia que lo solicitó, una copia para el expediente que se lleva del estudiante en Comisión de Tesis y la otra para el archivo personal del dictaminante.

- y Aceptar el proyecto de tesis sin modificaciones
- Aceptar el proyecto de tesis con modificaciones
- No aprobar el proyecto de tesis en tanto no se hagan las modificaciones que abajo se indican.
- No aceptar el proyecto de tesis

  
Lic. Jesús Alvarado Mendizábal



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN  
Ciudad Universitaria, Zona 12  
Cajamé, Guatemala



13 de abril de 1993

Señores  
Comisión Directiva Paritaria  
Edificio

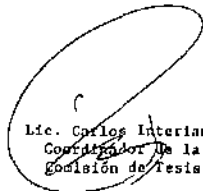
Distinguidos señores:

Atentamente informo a ustedes que la estudiante ISABEL ARRIAGA CIFUENTES ha finalizado su proyecto de Tesis cuyo tema es ALTERNATIVAS PARA LA UTILIZACION DE LA RADIO UNIVERSITARIA, según dictamen favorable de su Asesor, licenciado Jesús Alvarado Mendizábal.

En virtud de lo anterior, la estudiante puede continuar con su trabajo de investigación.

Sin otro particular,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Lic. Carlos Interiano  
Coordinador de la  
Comisión de Tesis

cc: archivo  
correlativo  
estudiante

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS  
DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACION  
Ciudad Universitaria, Zona 13  
Cruzumbá, Guatemala

## DICTAMEN TRABAJO DE TESIS

Profesional que emite dictamen: Lic. Jesús Alvarado Mendizábal

Título del Trabajo de Tesis: "ALTERNATIVAS PARA LA UTILIZACIÓN  
DE LA RADIO UNIVERSITARIA"

Nombre del Estudiante: ISABEL ARRIAGA CIFUENTES

Carnet: 20952

Fecha de Recepción: 17 de enero de 1994

Fecha de Envío para Dictamen: 7 de febrero de 1994

Fecha del Dictamen: 7 de febrero de 1994

### INSTRUCCIONES

El dictamen debe hacerse en original y dos copias. El original es para la instancia que lo solicitó, una copia para el expediente que se lleva del estudiante en Comisión de Tesis y la otra para el archivo personal del dictaminante. El Comité de Tesis, según el punto sexto del Reglamento de Tesis, cuenta con 30 días calendario para emitir dictamen.

Aceptar el trabajo de tesis sin modificaciones

Aceptar el trabajo de tesis con modificaciones

No aprobar el trabajo de tesis en tanto no se hagan las modificaciones que abajo se indican.

No aceptar el trabajo de tesis

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS  
DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACION

Ciudad Universitaria, Zona 12  
Guatemala, Centroamérica

Guatemala, febrero 23 de 1994.  
ECC 075-94

Señores Comité de Tesis  
Lic. Jesús Alvarado Mendizábal  
Lic. Silvia Búcaro Chinchilla  
Lic. Carlos Interiano  
Esc. Ciencias de la Comunicación

Apréciables señores:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el inciso 6.19 del punto SEXTO, del Acta No. 07-94 de sesión celebrada el 16 de febrero de 1994.

"SEXTO:... 6.19... Comisión Directiva Paritaria, con base en el dictamen favorable de la Comisión de Tesis y lo preceptuado en la Norma SEP TIMA, de las Normas Generales Provisionales para la elaboración de Tesis y Examen Final de Graduación vigente, ACUERDA: Nombrar a los profesionales Lic. Jesús Alvarado Mendizábal (Presidente), Lic. Silvia Búcaro Chinchilla y Lic. Carlos Interiano para que integren el Comité de Tesis que deberá analizar el trabajo de tesis de la estudiante ISABEL ARRIAGA CIFUENTES, carnet No. 20952, titulado ALTERNATIVAS PARA LA UTILIZACION DE LA RADIO UNIVERSITARIA."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Lic. Miguel Antonio Paredes  
Secretario.

MAP/rde  
Adj. copia tesis

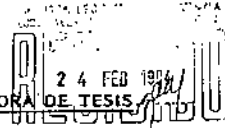


UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS  
DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACION  
Cualid. Universitaria, Zona 12  
Guatemala, Centroamérica

DICTAMEN DE TERNA REVISORA DE TESIS



Guatemala, 23 de febrero

de 1984

Señores:  
Comisión Directiva Paritaria  
Edificio

Distinguidos señores:

Atentamente informamos a ustedes que el (la) estudiante IGABEL ARRIAGA

GIJUENTES

Carnet No. 20952, ha realizado las correcciones y  
recomendaciones a su trabajo de tesis, cuyo título final es

ALTERNATIVAS PARA LA UTILIZACION DE LA RADIO UNIVERSITARIA

En virtud de lo anterior se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que  
pueda continuar con el trámite correspondiente.

Atentamente,

"D Y ENSEÑAD A TODOS"

  
Membro Comisión Revisora

  
Membro Comisión Revisora

  
Presidente Comisión Revisora

cc/estudiante  
archivo  
correlativo

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS  
DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACION

Ciudad Universitaria, Zona 12  
Guatemala, Centroamérica

Guatemala, marzo 9 de 1994.  
ECC 207-94

Señorita estudiante  
Isabel Arriaga Cifuentes  
Esc. Ciencias de la Comunicación

Señorita estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el inciso 7.8 del punto SEPTIMO, del Acta No. 09-94 de sesión celebrada el 2 de marzo de 1994.

"SEPTIMO:... 7.8... Comisión Directiva Paritaria, ACUERDA: a) Aprobar el trabajo de tesis "ALTERNATIVAS PARA LA UTILIZACION DE LA RADIO UNIVERSITARIA", presentado por la estudiante ISABEL ARRIAGA CIFUENTES, carnet No. 20952, en base al dictamen favorable del Comité de Tesis nombrado para el efecto y lo establecido por la Norma Octava de las Normas Generales Provisionales para la elaboración de tesis y examen final de graduación vigente; b) Se autoriza la impresión de dicha investigación; c) Se nombra a los licenciados José María Torres y Miguel Ángel Juárez (titulares) y licenciada Miriam Yucuté (suplente) para que con los miembros del Comité de Tesis, licenciado Jesús Alvarado Mendizábal (Presidente), Licda. Silvia Búcaro Ch. y Lic. Carlos Intoriano, integren el Tribunal Examinador; d) Se autoriza a la Dirección de la Escuela para que fije la fecha del Examen final de graduación."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Lic. Miguel Antonio Parades -  
Secretario.

MAP/rde  
c.c. Comisión de Tesis

Para efectos legales, únicamente  
el tesinado es responsable del  
contenido de este trabajo.

## PROPOSICION

*La radio universitaria es un medio que puede generar un modelo de información participativa para satisfacer las necesidades sociales de información, para contribuir a la difusión y divulgación de la cultura nacional y del conocimiento científico, humanístico y tecnológico. Puede constituir un medio alternativo a la información dominada y contribuir al rescate de la cultura y a la defensa de la identidad nacionales.*

*Puede constituir un medio de insospechada utilidad para lograr el vínculo deseado y necesario entre la universidad democrática y la sociedad.*

**Al Colectivo de Tra-  
bajadores de Radio  
XEUAG.**

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
**Biblioteca Central**

9. RADIO UNIVERSIDAD PUEBLO -XEUAG- DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUERRERO: Un Intento de Comunicación Popular (ESTUDIO DE CASO),	Pág. 49
10. REFERENCIAS .....	77
11. BIBLIOGRAFIA .....	83

## INTRODUCCION

Nuestro trabajo parte del análisis de un contexto social en donde el proceso de producción, distribución y consumo de significados ideológicos es dominado por una minoría que los monopoliza, los pone a su servicio y los impone a través de diversos aparatos.

Este análisis nos llevó a la búsqueda de una definición aproximada de un proceso de comunicación popular que contrarreste, en alguna medida, los efectos de esta imposición ideologizante. A la búsqueda de una práctica de comunicación dialógica, que permita el diálogo cara a cara entre los hombres, con proposiciones de lucha transformadora. Una práctica comunicativa donde no sean unos cuantos lo que intenten imponer sus ideas, sino que cada uno de los sujetos de la comunicación se exprese, se exteriorice y se comprometa en procesos de cambio. Con esta parte de la investigación pretendemos insentivar el interés por los estudios de procesos de comunicación diferentes a los que se dan en los medios tradicionales, y aportar ideas aproximadas para la definición y la práctica de la comunicación popular.

Antes de entrar a la fase propiamente propositiva del trabajo, enfocamos la necesidad imperante de que algunas instituciones democráticas -entre estas las universidades de corte democrático- tomen conciencia que la globalización de la economía, la información, la educación y la cultura, amenazan con destruir la esencia de los pueblos latinoamericanos y con acrecentar los índices de pobreza, ignorancia, alienación y marginación de los grandes sectores populares, para concluir seguidamente en que esta conciencia comprometerá a quienes pueden y deben asumir compromisos sociales, a actuar valiente y organizadamente en acciones para lograr cambios sustanciales.

De estas consideraciones surgió finalmente la propuesta concreta de que las universidades democráticas se comprometan en la creación de proyectos radiofónicos, que más que ésto sean

verdaderas acciones destinadas a devolverle la voz al pueblo y la evidencia que, mediante el uso de la radio, puede participar en la vida nacional en otras dimensiones.

En esta parte la propuesta se basó en las experiencias que reflejó el estudio de caso que se hizo del Proyecto Radio Universidad-Pueblo (XEUAG) de la Universidad Autónoma de Guerrero, que más que un proyecto radiofónico constituyó una determinante decisión de entrelazar a la universidad con su sociedad y, en una acción conjunta llegar al conocimiento científico de las condiciones de vida y las necesidades sociales, para de ahí pasar a la lucha transformadora. Proceso al que debe llevar la práctica de una comunicación popular.

Para el estudio de caso se recurrió a documentos, visitas a los lugares donde se llevó a cabo la Operación Bucanero (estrategia que se explica en el cuerpo de este trabajo), y entrevistas a los protagonistas de esa experiencia para recoger de viva voz el testimonio real de las personas que, fundidos con las clases populares se adentraron en el universo de la radio y llevaron a la práctica un intento de comunicación popular.

Se urgaron los archivos de XEUAG, de las personas que iniciaron el proyecto y de quienes lo han mantenido. También se revisaron publicaciones que se refieren a esta experiencia, que trascendió a nivel nacional (México) e internacional. Y se revisaron grabaciones magnetofónicas y de video hasta lograr la síntesis de un modelo de comunicación popular que se dio en los primeros años de la década de los ochenta, y que todavía persiste con algunas variantes, en el Estado de Guerrero.



## COMUNICACION O INFORMACION

Es conveniente hacer diferenciación entre los conceptos de comunicación e información para explicar por qué aquí llamaremos a los medios, medios de información y no medios de comunicación y, porque, convencidos que existe una real diferencia entre estos dos términos, pugnamos por la búsqueda de acciones para superar, precisamente, el nivel meramente informativo de los medios tradicionales. Consideramos que ésto -superar el papel meramente informativo- es necesario para que puedan cumplir la función social que les demandan las grandes mayorías. Una función social que implica una acción comunicativa más dialogada, más democrática, amplia y participativa, en donde se conciba al receptor como un posible emisor y no sólo se le condene a ser pasivo receptor de mensajes.

Creemos que el error de llamar a los medios de información medios de comunicación proviene porque la idea abstracta que se suele tener sobre lo que es la comunicación, tiende a confundir el proceso comunicativo que protagonizan dos o más personas, con el desarrollo de otro proceso que se dá a partir de la difusión de un mensaje entre millones de personas.

El investigador venezolano Antonio Pascuali, en su libro *Comunicación y Cultura de Masas* <sup>(1)</sup> aporta algunos conceptos para la distinción entre comunicación e información. Para él comunicación es el intercambio de mensajes con posibilidades de retorno no mecánico entre polos igualmente dotados de un alto coeficiente de comunicabilidad; e información es el envío de mensajes sin posibilidades de retorno no mecánico entre dos polos. O sea, la posibilidad de retorno, de respuesta es básica en todo proceso de comunicación. Y "para que realmente exista el retorno, y por lo tanto un alto coeficiente de comunicabilidad, es necesaria la participación consciente y crítica de los integrantes del grupo en el proceso de comunicación". <sup>(2)</sup> Esto significa que la relación dinámica entre uno y otro polo se debe actualizar, hacerse real por el hecho de que, en un proceso de esta naturaleza todo emisor se va convirtiendo en receptor y así sucesivamente.

Desde tal perspectiva la forma más perfecta de comunicación es el diálogo y se puede definir a ésta como una relación dialogal. En términos estrictos, diferentes autores coinciden en señalar que la comunicación comprende la relación interpersonal (cara a cara) e intragrupal... Es en ambas donde se da la mayor posibilidad de retorno, el cual es equivalente a un mayor coeficiente de comunicabilidad." (3)

La palabra informar, desde su origen mismo, significa otra cosa. Deriva de la voz latina **informare** que significa "dar forma". En este sentido la aplica Prieto Castillo cuando dice: "Dar forma a ciertos datos sobre la realidad y transmitirlos de una manera unilateral a través de canales que técnicamente, al menos en la actual situación social, no permiten un retorno. Lo que constituye un bajo coeficiente de comunicabilidad, si se tiene en cuenta que este último depende de la posibilidad, o no, del retorno." (4)

Informar, pues, es de alguna manera "organizar, introducir elementos ordenadores en la realidad para poder desenvolverse en ella (...) Hay otros que dan formas y nosotros no tenemos más alternativa que aceptar las formas dadas. Hay otros que organizan mediante la información, para que las grandes mayorías sean las "organizadas". Organizar es poder, en el claro sentido de conducción social." (5)

De estas consideraciones sacamos en conclusión que los llamados "medios de comunicación" son, esencialmente medios de información noticiosa, mercantil o propagandística, ya que no permite, y sus propietarios no promueven ni desean, un retorno. Y si ésto es así, vivimos una parcialización del proceso de comunicación, un semicongelamiento, una reducción de sus elementos básicos.

Concluimos entonces en que el término "medios de comunicación" es incorrectamente aplicado a los medios de información (impresos y electrónicos) y por lo consiguiente, para los efectos de este trabajo los llamaremos "medios informativos" o "medios de información".

## DOMINACION ECONOMICA, POLITICA Y CULTURAL DE AMERICA LATINA

Antes de empezar a hacer un análisis de la situación que viven los países de América Latina en materia de información, es necesario hacer una referencia, aunque sea muy breve, al dominio económico, político y cultural del imperialismo norteamericano sobre estos pueblos, porque no se puede enfocar la problemática informativa sin tomar en cuenta esta influencia y dominación.

"La palabra "imperialismo" designa la relación internacional en la que un país fuerte, metropolitano y central -un "imperio"- ejerce dominio sobre países débiles y periféricos, a los que toma como sus "colonias"."<sup>(6)</sup>

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial emergió el imperialismo norteamericano y se inició el sometimiento de América Latina a su influencia y dominación. Surgió un nuevo colonialismo en el área.

Esta situación ha sido demostrada y documentada ampliamente por investigadores y organismos internacionales a lo largo de muchos años. En este trabajo únicamente nos referiremos a ella en forma breve.

### **Dominación Económica**

La dominación de Estados Unidos sobre América Latina es evidente. En el aspecto económico ha estructurado y sostiene con firmeza un intercambio económico plagado de desigualdades e injusticias. Estados Unidos mantiene a toda la región esencialmente como una fuente de materias primas, y un mercado cautivo para sus productos manufacturados. Estos pueblos tienen que vender sus recursos naturales al precio que imponga el "imperio" y consumir sus productos en forma obligada. Este es el origen, en buena medida, de su asfixiante deuda externa y de su deterioro socioeconómico.

Actualmente Estados Unidos impulsa el Tratado de Libre Comercio de Norteamérica con Canadá y México (con miras a extenderlo a toda América) en condiciones altamente ventajosas por su dominio y control del campo científico-tecnológico, su red mundial de monopolios y sus grupos financieros gigantescos dotados de enorme fuerza económica y política.

### **Dominación Política**

La alta concentración de poder económico genera necesariamente un poder político. Con su poder económico Estados Unidos ejerce una influencia poderosa en el campo político-ideológico sobre América Latina, necesaria para sostener esas relaciones económicas desiguales e injustas.

La vida política de nuestros pueblos ha sido producto, en gran manera, de decisiones tomadas en la Casa Blanca, el Pentágono o en el seno de las grandes corporaciones norteamericanas con intereses en la región (revisar la historia de la United Fruit Company en Guatemala).

Estados Unidos ha sostenido en América Latina a gobiernos conservadores y autoritarios, militares o civiles que han garantizado y garantizan la continuidad de su dominación.

Sistemáticamente y, utilizando todos los mecanismos de presión a su alcance, Estados Unidos se ha opuesto a todo intento de emancipación de los países del área, que conlleven cambios sociales, económicos o políticos, contrarios a sus intereses. Cuando ésto ha sucedido han venido sanciones económicas, presiones diplomáticas, bloqueos (casos: Cuba, Haití), invasiones militares abiertas (casos: Cuba, Granada, Panamá), campañas publicitarias y operaciones de seguridad secretas (caso Chile), por mencionar algunos.

### **Dominación Cultural**

Es lógico que cuando un "imperio" ejerce influencia económica y política sobre otros pueblos, ejerce también influencia cultural. "En varios grados, Estados Unidos ejerce su imperialismo cultural por medio de muchos mecanismos diferentes, pero entrelazados, entre los cuales la Agencia de Información de

Estados Unidos, es sólo el organismo de propaganda explícito. En efecto, estos mecanismos van desde la influencia manifiesta en colegios y universidades hasta otros menos notorios y aparentemente inocuos, tales como el turismo y el proselitismo religioso. También incluyen el proceso supuestamente neutral de transferencia de ciencia y tecnología.”<sup>(7)</sup>

El sistema más poderoso y efectivo con que cuenta el imperialismo norteamericano para imponer su “cultura de masas” sobre latinoamérica es sin duda el sistema integrado por todos los medios informativos: la palabra escrita, la imagen electrónica, el sonido grabado, las películas, los programas de televisión, la música popular, los libros, los videos, audiocassettes, e, indudablemente, su más reciente invento: la televisión por cable y la información aeroespacial.

Con la “cultura de masas” que transmiten los medios de información, el imperialismo cuenta con un poderoso instrumento para tratar de imponer, a nivel internacional, sus patrones sociales, culturales e ideológicos y ha logrado tener un impacto destructivo en las culturas criollas o propias de América Latina y del mundo. Las culturas nacionales están siendo progresivamente erosionadas y modificadas, y en consecuencia, los pueblos pierden aceleradamente su identidad nacional y sus valores culturales propios.

Ante esta situación nuestras sociedades y sus instituciones tienen un reto: buscar y luchar por conseguir medios o espacios alternativos que contrarresten esta penetración, esta dominación cultural e informativa y permitan asimismo la práctica de una verdadera comunicación popular.

## DOMINACION EN MATERIA DE INFORMACION

Después de la Segunda Guerra Mundial, los Estados Unidos aprovecharon los resultados de la contienda para fortalecerse económica y militarmente. La economía norteamericana se fortaleció con la concentración de la producción y la formación de monopolios y grandes grupos financieros, con enorme fuerza económica y política. Este fortalecimiento económico le permitió a Estados Unidos imponer su hegemonía sobre el mundo capitalista. Esta hegemonía se fincó especialmente en la llamada **multinacionalidad**, particularidad que han desarrollado las grandes empresas para... "hacer referencia a la base productiva del capitalismo que se torna cada vez más internacional (personal internacional, fondos internacionales, red internacional de comunicaciones) pero la expansión de esta economía se sustenta en una estrecha base privada y nacional." (8)

Con la **multinacionalidad** se inicia una incontenible penetración del capital financiero norteamericano en todos los países de la órbita capitalista, especialmente en los latinoamericanos.

Paralelamente a esta hegemonía económica norteamericana, surge la supremacía del dólar en el sistema monetario internacional y se implanta así una dependencia casi total, de todos los países respecto de la economía norteamericana.

En la actualidad la dominación económica norteamericana es imaginable. Aún no llegamos a captar el poder que está concentrado en las 500 mayores corporaciones norteamericanas que actúan en casi todos los países del mundo. Se incluyen en esta lista por ejemplo: la Telephone and Telegraph, la Standard Oil Co., la National Cash Register, la Colgate Palmolive, la General Electric, la General Motors, y otras.

La concentración de la producción y la formación de fuertes

monopolios y grupos financieros generó una serie de consecuencias que afectaron sustancialmente el terreno ideológico e informativo. Para mantener su hegemonía económica, para fortalecer las posiciones internacionales de los monopolios, para aumentar y reforzar los bloques imperialistas, había que tratar de convencer, persuadir, ganar aceptación, admiración, legitimación para un sistema y un nombre.

A esto obedece que los grupos dominantes en Estados Unidos, en cuenta el Estado, no sólo se dan a la tarea de controlar las ramas industriales fundamentales, sino también los instrumentos que generan y transmiten información, publicidad y propaganda. Propician entonces que el número de órganos informativos se reduzcan para favorecer los grandes monopolios de la información y éstos son absorbidos por los círculos de poder económico. De este interés surgieron monopolios con gran poder informativo como el imperio Hearst, que controló inicialmente 13 periódicos, 14 revistas, 3 emisoras de radio, 6 estaciones de televisión, un servicio de información, un servicio fotográfico, un sindicato de espectáculos y los libros de bolsillo de Avon. Surgió también la empresa Time Life Inc. con las revistas de tiraje internacional Time, Life, Fortune y estaciones de radio y televisión, y otras como The New York Time que controlaba en 1969 varios diarios y editaba la revista Family Circle que tiraba para entonces, 7 millones de ejemplares, controlaba una editorial de libros de texto para la enseñanza superior. Surgió además el monopolio informativo más grande del mundo, formado por la trilogía televisiva CBS/NBS/ABC (Columbia Broadcasting System Company, National Broadcasting Company y American Broadcasting Company), que produce y coloca materiales impresos y electrónicos a nivel mundial; la Corporación RCA (Radio Corporación of America) del grupo Rockefeller que controla producción discográfica, aparatos eléctricos, la enseñanza y formación de técnicos y profesionales de la electrónica, una fábrica de misiles y productos de defensa. <sup>(9)</sup>

Este proceso de altísima concentración de la propiedad de la industria en general, y de los medios masivos en particular, indica que la clase dominante norteamericana se dio cuenta a muy temprana hora de la importancia que tiene el control de los sistemas informativos, por ser una de las piezas claves que le permiten efectuar su estrategia de dominación a nivel mundial.

Utilizando todos los medios informativos a su alcance, Estados Unidos fue expandiendo su capacidad para penetrar a nivel global con sus mensajes y los impuso. Mientras tanto los países subdesarrollados se quedaron con sistemas obsoletos de información y como receptores pasivos de todo este flujo creciente de dominación informativa y cultural.

En América Latina es evidente la influencia de las corporaciones transnacionales, se sienten en el ambiente sus nuevas estrategias de dominación y sus formas de expansión. Y poco a poco hemos aprendido, y aceptado también, que los sistemas de información son parte de esta expansión. De hecho... "la penetración capitalista transnacional se articula con la acción de los sistemas informativos. Estos crean el medio ambiente cultural presionador de un sistema de vida, de un estilo de ser y relacionarse con los demás." (10)

Los verdaderos emisores en los medios informativos son los grupos que financian a las empresas, los que mantienen la publicidad y la propaganda, los dueños de capitales nacionales y transnacionales, los que valiéndose de su poderío económico exigen incidir en la vida de los pueblos.

Con frecuencia no se capta al verdadero emisor. Se cree tener una prensa libre y gozar de la libertad de expresión (hasta se celebra su día). Se cree que el emisor es el periodista que le da forma a la noticia, o el publicista que diseña o crea un anuncio. Ellos sólo... "constituyen un eslabón de un sistema de emisión más amplio que los envuelve y los utiliza..." (11) El emisor de los mensajes comprendidos en la información no es nunca tal o cual periodista, ni siquiera el cuerpo de redacción en su conjunto; no es el director o el propietario del medio. El verdadero emisor es el grupo social al cual representa el medio, el grupo social que financia la empresa informativa. "La radio, la televisión, el cine y la prensa han estado siempre subordinados a las estructuras económicas y sociales de las cuales surgieron y su utilización ha correspondido con los intereses concretos de la clase dominante." (12)

Tras los mensajes del verdadero emisor se encubre su verdadero objetivo: fortalecer las posiciones internacionales de los monopolios, aumentar y reforzar los bloques imperialistas,



imponer al mundo la imagen de los Estados Unidos como país ideal, y una "cultura de masas" basada en un sólo punto de vista: el de los norteamericanos.

Esta imposición ha erosionado y modificado a las culturas de diversos pueblos, posiblemente con mayor fuerza, por la cercanía, a las culturas latinoamericanas. Aquí hay que decir también que el poder informativo de Estados Unidos ha sido aprobado, apoyado y defendido por las burguesías locales que, en su mayoría se identifican con la clase dominante internacional o transnacional. "Los sectores propietarios de los medios de comunicación, vinculados estrechamente a los círculos de poder económico en nuestros países, son quienes han aceptado una relación de dominación con el centro transnacional, y en los medios de comunicación bajo su mando esa dominación se advierte, es cuantificable, es algo real."<sup>(13)</sup>

Los mecanismos privados y públicos utilizados por Estados Unidos para imponer su dominio informativo y cultural son numerosos y, con frecuencia, están interrelacionados. Algunos autores han identificado como principales a los siguientes: agencias internacionales de noticias; agencias internacionales de publicidad; firmas internacionales de opinión pública, mercadeo y relaciones públicas; corporaciones comerciales transnacionales que actúan como anunciantes; exportadores de materiales de programación impresos, auditivos y audiovisuales (impresos y electrónicos); exportadores de equipo y tecnologías de comunicación; organismos oficiales de propaganda y seguridad de Estados Unidos. Estos son sólo los mecanismos explícitos, porque la influencia y el poder informativo y cultural de Estados Unidos están implícitos en casi todo lo que nos rodea.

#### **4.1 AGENCIAS INTERNACIONALES DE NOTICIAS**

El público de América Latina recibe casi exclusivamente la versión norteamericana de las noticias que se generan en el mundo porque las principales abastecedoras de información de la prensa local son la Associated Press (AP), la United Press International (UPI), la Columbia Broadcasting System (CBS), la National Broadcasting Company (NBS) y la American Broadcasting Company (ABC).

Todas estas potencias noticiosas son muy selectivas en la cobertura de las noticias, dándole importancia y énfasis a situaciones intrascendentes y descartando acontecimientos sociales, culturales y de carácter reformista y muestran implacable hostilidad a las noticias significativas para cambios o progresos sociales. Mediante el sensacionalismo, que es el principio de la venta de información, estas agencias presentan impactante lo extravagante, lo inusual, lo intrascendente. Y así, por ejemplo, hacen que conozcamos al detalle la vida de Carolina de Mónaco, pero se ignora quien fue César Chávez y la gran labor que realizó por los derechos humanos y el medio ambiente en el Sur de Estados Unidos. Otra característica de este tipo de información es la fragmentación de los hechos, se presentan los acontecimientos aislados de la realidad, especialmente aquellos de trascendencia social y política. Las noticias de impacto social se minimizan y se les da el menor tiempo posible.

Un ejemplo fresco del papel que juega la industria de la información en apoyo al imperialismo norteamericano fue la cobertura que las agencias hicieron de la Guerra del Golfo Pérsico. La cobertura parcial y tendenciosa de este suceso no pasó inadvertida, los mismos periodistas norteamericanos condenaron esta situación y opinaron que esta guerra fue objeto de la peor cobertura periodística del siglo.

El público latinoamericano recibió casi exclusivamente la versión del Pentágono. Irak no pudo dar a conocer su versión porque no tiene, como no los tiene ningún país del Tercer Mundo, mecanismos propios de cobertura noticiosa como los de Estados Unidos, ni acceso a las agencias internacionales de noticias. No se conocieron ni siquiera los reportajes más críticos sobre el conflicto, ni la dimensión de las protestas que a nivel mundial se dieron contra Estados Unidos.

El periodista norteamericano Stanley W. Cloud, en un artículo publicado en The New York Times, el 9 de agosto de 1993, y reproducido en México al día siguiente por el Diario Excelsior, afirma que efectivamente: "la Tormenta del Desierto fué el conflicto de Estados Unidos peor cubierto informativamente en este siglo" y conjuntamente con otros críticos norteamericanos se pregunta por qué sucedió así y qué se puede hacer para lograr una cobertura imparcial en el futuro. "La respuesta a la primera

pregunta es alarmantemente simple: el Pentágono permitió sólo "agrupaciones de periodistas para cubrir la guerra-pequeños grupos de reporteros, representantes de todos los organismos de prensa que estuvieron rígidamente controlados por varios "estrategas" militares. Como condición para participar en las agrupaciones, los periodistas, primero que nada, tenían que someter sus notas a la censura militar para una "revisión de seguridad". (...) las organizaciones de prensa participantes estuvieron pasivas y permitieron ser sometidas."

La industria de la información en todo conflicto político, frente a toda actitud de independencia, justa reclamación, o ante cualquier proyecto de liberación de los pueblos menos favorecidos, desempeña más que todo un vasto sistema de apoyo a los intereses del imperialismo, para lo cual urde verdaderas campañas basadas en noticias y datos torcidos, mutilados, parcializados u omitidos.

Desafortunadamente, con el fin de la Guerra Fría y con el ritmo vertiginoso que llevan los sistemas informativos aeroespaciales, las voces que reclamaban en el seno de la UNESCO, en círculos académicos y cuerpos diplomáticos, un nuevo orden informativo se han ido acallando (Burton y Franco Obrien y Dagnino, Pascuali, Mattelar, Veron, Silva, Corrachí y Acosta, Etc.) y el imperialismo norteamericano en vez de aceptar un orden informativo más equitativo ha reforzado, mediante la comunicación vía satélite y el cable su avalancha informativa y ha copado más tupidamente los hogares de los latinoamericanos con su "cultura de masas".

#### **4.2 AGENCIAS INTERNACIONALES DE PUBLICIDAD Y CORPORACIONES TRANSNACIONALES QUE ACTUAN COMO ANUNCIANTES**

La propaganda imperialista norteamericana tiene sus orígenes en la propaganda fascista. Fueron los alemanes quienes, al calor de las necesidades de expansión territorial del imperialismo alemán, hicieron un intento de sistematizar en un cuerpo doctrinario los principios generales de una propaganda imperialista.

Los norteamericanos retomaron la doctrina propagandística de Goebbels inicialmente por las necesidades de la guerra. En

aquellos momentos era necesario despertar sentimientos de odio, temor, rechazo, agrado, valor, etc. para inducir a determinados comportamientos. "Para alcanzar estos objetivos se recurrió a la propaganda. Las naciones fueron inundadas con mensajes propagandísticos cuidadosamente elaborados, incluidos en noticieros, películas, discos, discursos, libros, sermones, carteles, mensajes inalámbricos, rumores y volantes... Los ciudadanos debían odiar al enemigo, amar a su país y llevar al máximo su adhesión al esfuerzo de guerra. No se podía contar con que lo hicieran espontáneamente. Los medios de comunicación masiva disponibles entonces, se convirtieron en el principal instrumento utilizado para persuadirlos." (14)

Pero no fue sino hasta la década de los años 30 cuando la propaganda norteamericana adopta características muy particulares. Una de sus especificidades fue: borrar de una vez por todas los límites entre la publicidad comercial y la propaganda política, entre los mensajes de contenido político manifiesto y los de "entretenimiento".

Poco a poco todo el discurso imperialista norteamericano se fue metiendo como propaganda política, anuncios publicitarios, información, telenovelas, música, series televisivas, etc., de tal manera y con tal sutileza que casi pasa desapercibido y se ha constituido en una verdadera "guerra psicológica" que ataca por todos lados, una guerra que no distingue diferencias étnicas, culturales ni de países. Esta guerra tiene un contenido masivo, uniforme y va dirigida a un público homogéneo. "De esta manera, las complejidades culturales y étnicas de un país, que constituyen un elemento importante para el desarrollo autóctono y para la supervivencia nacional, se ven reducidas a una norma central que no las distingue y las adocena." (15)

Los gastos por publicidad alimentan el funcionamiento de los medios y éste es precisamente el eslabón que asegura las grandes ganancias a las multinacionales y hace rentables los programas, las noticias y las publicaciones en general.

En América Latina los diarios, la televisión y la radio están financiados exclusivamente por la publicidad. De ahí que su principal interés sea el de captar la mayor cantidad posible de anunciantes, y entre más fuertes, vale decir poderosos, mejor,

para lo cual..."se vuelve necesario silenciar las noticias o comentarios que puedan perturbar el suave desarrollo de la libre empresa." (16)

La mayoría de los medios de América Latina obtienen gran parte de su financiamiento de las agencias publicitarias de Estados Unidos, (McCamm Erickson, J. Walter Thompson, Etc.) y las Asociaciones Nacionales de Anunciantes locales están integradas por la Ford, Kodak, Adams, Ponds, Kellogg, Coca Cola, Good Year, IBM, General Electric, Etc. Otros dos grandes anunciantes son: los gobiernos y los comerciantes e industriales nacionales. Siendo los medios de comunicación dependientes, en su totalidad, de la publicidad, se reducen a ser meros folletos o emisores propagandísticos, justificadores de una libertad de prensa inexistente.

Esta situación es preocupante por cuanto la identidad de cada nación latinoamericana se pierde cada día más dentro de la globalización de una información standarizada que homogeniza al hombre y no ve realidades propias. Los medios locales tampoco las muestran ni estimulan su existencia, las ignoran y se han reducido a medios publicitarios, informativos, ignorantes de las necesidades étnicas, sociales, culturales y de información de las mayorías.

#### **4.3 EXPORTADORES DE MATERIALES IMPRESOS Y ELECTRONICOS**

Cuando pensamos en todo lo que importan y consumen nuestros países en términos de materiales impresos y electrónicos, sin duda alguna nos convencemos que, como dice Mattelar: "nos faltan utopías" para sustituir o hacerle frente a toda esa carga de subcultura que se nos impone y nos penetra hasta reducirnos a simples consumidores dominados.

La televisión es el instrumento que más le ha servido al imperialismo para realizar la manipulación de las masas a un grado superior. Reune todo: sonido, palabras, música, color, imagen y un lugar importante en los hogares.

La diseminación de la "cultura de masas" angloamericana que se ha dado principalmente a través de las películas y videos

musicales, ha sido enormemente facilitada por la rápida difusión de un nuevo proceso de información: la tenencia casi obligada de la televisión y la videocasetera, el cable, las videograbaciones y la apertura de grandes y pequeños videocentros que venden y rentan películas en el centro de las ciudades o en el corazón de los barrios más pobres.

En los últimos años, los consorcios norteamericanos han retirado su intervención directa de los canales de televisión de América Latina. Ya no les interesa este tipo de inversión porque se han apropiado y están explotando algo más productivo: los sistemas espaciales. Pero los consorcios televisivos locales, como buenos aliados les sirven para seguir ejerciendo su dominación. Un ejemplo claro de esta situación es Televisa de México.

En el surgimiento de Telesistema Mexicano, (1955) lo que es hoy Televisa, intervinieron la NBC y la CBS. Actualmente ésta es una de las empresas televisoras más poderosas del mundo y no se diga de América Latina. Se encarga de producir para la región materiales impresos y electrónicos como: información, teleprogramas, espectáculos, películas, discografía y publicaciones impresas. <sup>(17)</sup>

La expansión de Televisa se siente a diario en toda la región. Hace negocios transnacionales, organiza eventos mundiales, incursiona ya en forma abierta en la política latinoamericana y los presidentes de los países del área saludan con respeto y admiración a Jacobo Zabłudowski y se sienten honrados de aparecer en el telenoticiario "24 Horas".

"Televisa no es ya únicamente uno de los más formidables negocios, en términos de réditos financieros que, a pesar de la crisis económica, ha podido desplegarse en México. Se trata ahora, además de una de las fuentes de influencia ideológica y política mejor consolidada." <sup>(18)</sup>

Uno de los programas que ejemplifica muy bien la política de masas de Televisa y que responde a patrones norteamericanos es sin duda alguna "Siempre en Domingo", que es la distracción que tienen domingo a domingo millones de latinoamericanos.

De igual corte son los programas "Cristina" y "Don Francisco" que Televisa está enviando a toda América Latina, y que han sido acogidos por los canales locales en horarios preferenciales, sin importar el daño que dichos programas dejen en niños y adultos.

La radio por su parte, llena un gran porcentaje de su programación con música (cuyo contenido es publicitario) y el resto con gran cantidad de publicidad y propaganda, reduciéndose así a un instrumento publicitario sin ninguna función social. Ciertos tipos de frases en las canciones o ciertas actitudes de los cantantes promueven el consumo de cosas, ropa, peinados, drogas, o sea, hay industrias alrededor de la música. "Esto lo complementan -por medio de la T.V.- los videoclips, que por medio de la industria del vestido y el peinado, los adolescentes y adultos se ven orientados hacia la imitación y la competencia." (19)

Las empresas radiofónicas de América Latina se han mantenido siempre muy dependientes de las transnacionales norteamericanas. Estas les surten de equipos (transmisores, antenas, micrófonos, mezcladoras, etc.), música, noticias, anuncios y patrones para hacer radio.

Como en la televisión, el grueso de anunciantes de la radio, son corporaciones transnacionales interesadas en promover entre las masas sus productos a incentivar el consumismo. Por los costos tan elevados a que se cotizan los tiempos de transmisión, sólo estas empresas han logrado mantener permanentemente en el aire sus anuncios publicitarios a pesar de la crisis económica que vive toda la región. Estos factores han desplazado a los anunciantes de pequeñas y medianas industrias y comercios locales que antes utilizaban la radio para anunciarse y con esto se ha centralizado más el control transnacional en este medio, a partir del gasto publicitario.

La forma y contenido de los anuncios para radio también responden a modelos comerciales norteamericanos. Estos son concebidos, creados y producidos en Estados Unidos con una mentalidad puramente mercantilista, aquí son doblados e indistintamente se pasan por radio o televisión.

La influencia y el poderío de las transnacionales que, con su financiamiento publicitario sostienen a la radio, se siente también a través de la música. En la radio se transmiten las canciones y ritmos que un pequeño grupo de capitales extranjeros y nacionales desean y deciden promover. En la música también se utiliza la misma técnica publicitaria de la repetición para entrar en el gusto del público.

El imperialismo norteamericano impuso el rock and roll y el culto a los roqueros a base de repetición con tal éxito que mucha gente se quedó "atrapada en los sesenta", uniformó su gusto musical y no le encontró sentido ni gusto a otro ritmo y menos, a la música nacional.

A través de todos estos materiales se manipula y se condiciona el pensamiento y comportamiento de la juventud latinoamericana, jóvenes que ya no tienen tiempo, ni interés, ni capacidad para cuestionar la realidad donde están inmersos.

Entre otros medios impresos utilizados para hacer penetrar la "cultura de masas" están las revistas y los comics. Por algo el capital norteamericano siempre ha estado muy ligado a las principales revistas que se leen en América Latina como: Buen Hogar, Cosmópolis, Vanidades, Mecánica Popular, Readers Digest, el Almanaque Mundial, etc.

Otras formas de dominación y penetración son los textos de enseñanza. Por algo hay un vehemente afán en grandes firmas comerciales por fusionarse e invadir los campos de la industria editorial con material educativo, cada vez más electrónico y en inglés (sistemas de computación). "Por ejemplo, la RCA compró la editorial Radom House; la International Telephone and Telegraph compró la editorial Howard W. Sams and Company que publica libros técnicos y de texto. Y en esta forma han controlado la industria editorial y el contenido de los libros de texto para la enseñanza." (20)

Otros impresos enajenantes son los "posters" que se han adentrado a los hogares latinoamericanos remarcando sus mensajes extranjeros en la sala, el comedor, el corredor, el dormitorio, el baño.

Cristine de Rendiger observa: "el cartel o poster presenta



una especie de compensación a las frustraciones infligidas por la vida cotidiana. Permiten al individuo evadirse o soñar. El cartel ofrece a nuestra visión un tipo de universo donde todo es fácil y armonioso, y propone una serie de pequeñas recetas que caracterizan la felicidad. El poster, con sus caballos corriendo en la playa, sus parejas abrazándose en la arena, o sus dibujos humorísticos, le dan también una visión sublime del mundo y permite al individuo huir de lo cotidiano." (21)

En esa forma el cartel ha perdido su carácter auténtico popular y su llamado vigoroso al cambio y al compromiso.

Las grandes agencias publicitarias han descubierto además que el "slogan", la frase hecha, es el instrumento perfecto de una infraestructura de poder que exige estandarización, control, rapidez, obediencia. El "slogan" ya sea en cartel o anuncios audiovisuales ofrece todo ésto a través de "su discurso condensado, de su fórmula ritual dogmática; es una pastilla de fe, de justificación, de ideología, en una época en que no ajusta el tiempo para nada." (22)

Con el apoyo de los medios informativos de la región (prensa, radio, televisión, cine) y teniendo en sus manos la más moderna tecnología para producir y exportar materiales impresos y electrónicos, Estados Unidos saca a los latinoamericanos de su realidad y los descontextualiza.

#### **4.4 COMUNICACION AEROESPACIAL Y NUEVA TECNOLOGIA**

Los norteamericanos, los soviéticos y otras naciones industrializadas, a pesar de considerar los proyectos espaciales sumamente costosos, se lanzaron a ellos porque previeron que así como iba a ser la inversión, así también obtendrían cuantiosas ganancias económicas y políticas.

Esta euforia de los países desarrollados por conquistar el espacio se reflejó muy bien en una declaración que hizo una empresa inglesa al iniciarse en este negocio: "Al establecer esta empresa, estamos convencidos de que en el espacio hay más dinero del que nadie ha soñado hasta ahora (...) El espacio exterior es El Dorado del futuro." (23)

Ante tan apetitoso negocio no se hizo esperar la intervención de las empresas privadas norteamericanas de las telecomunicaciones y la radiodifusión, en los programas aeroespaciales. La primera en figurar fue la American Telegraph and Telephone, que ha sido hasta hace muy poco tiempo la mayor firma privada del mundo, con un monopolio virtual del tráfico de telecomunicaciones dentro de Estados Unidos, y controlando también una buena parte del tráfico internacional. Las inversiones de esta compañía llegaron a ocupar hasta el 7.5 por ciento del total de inversiones en fábricas y equipos industriales de Estados Unidos, y sus ingresos eran más elevados que los que conseguían los cinco estados más grandes de ese país: es decir, "AT and T era una unidad económica más grande que la mayor parte de las naciones del mundo." (24)

La segunda compañía que le entró al negocio de los satélites fue la ITT, que es otro monstruo de las telecomunicaciones. Un 60 por ciento de sus ingresos los obtiene de importantes inversiones en el capital social de otras muchas firmas en no menos de 40 países. Es la novena sociedad industrial del mundo en cuanto al número de empleados. Vende equipos electrónicos a muchos gobiernos extranjeros, opera los sistemas telefónicos de varias naciones, y además la mitad de sus ingresos en el interior de Estados Unidos provienen de contratos con el gobierno relacionados con la defensa y el espacio. (25)

Monopolios de este calibre son pues los que pasaron a incursionar en el negocio del espacio sideral. Pero como este era un negocio de competencia mundial, hubo necesidad de crear un organismo internacional para regir los sistemas por satélites. Se creó para el efecto INTELSAT ((International Telecommunications Satellite), que es teóricamente, una corporación internacional de entidades de servicio público donde están representados 80 países. Pero sucede que dentro de INTELSAT opera COMSAT (Communications Satellite Corporation), institución norteamericana que actúa como accionista mayoritaria (más del 50 por ciento de las acciones son suyas) y directora absoluta de INTELSAT. (26)

A través de COMSAT, grandes monopolios de Estados Unidos pasaron a controlar el sistema mundial de satélites de comunicaciones espaciales.

*"La participación financiera norteamericana en el consorcio INTELSAT, que agrupa a más de 80 países ascendía en 1971 al 6%. En dicha organización internacional, la entidad que representa a los Estados Unidos es precisamente COMSAT, en cuya fundación la iniciativa del gobierno norteamericano siguió el trazado de las empresas y corporaciones existentes, repartiéndose por mitades el poder y el control del espacio.*

*Además de los representantes oficiales, la COMSAT se encuentra integrada básicamente por cuatro corporaciones: ATT, ITE, RCA y GTE-SILVANIA, empresas a las que se ha entregado el desarrollo de la política espacial norteamericana y la administración del sistema mundial de satélites de comunicaciones a través de su predominancia en INTELSAT, organismo que, por consiguiente, se ha convertido -según Mattelart- en "un órgano de reproducción reabastecimiento del poder de las grandes corporaciones."<sup>(27)</sup>*

El imperialismo encuentra en este nuevo sistema de información un recurso privilegiado para echar a andar sus vastos planes de penetración cultural en América Latina y en el Tercer Mundo en general. Utilizando toda esta moderna tecnología invade con más libertad las pantallas de televisión. La comunicación vía satélite es utilizada por la red económica y financiera norteamericana para fortalecer su defensa donde ya penetró, para expandirse a los grandes mercados mundiales y para intervenir en forma más directa pero disfrazada en la vida de las naciones.

A finales de los años sesenta se tenía la esperanza que la televisión por satélite podría ser la solución a algunos de los problemas más apremiantes en cuestión de educación y desarrollo de los países pobres, pero éstos nunca pudieron utilizar este nuevo sistema de servicios y técnicas para satisfacer la demanda de enseñanza traída por el crecimiento desmedido de la población porque carecían de una infraestructura terrestre suficiente para captar las señales, especialmente en regiones rurales muy apartadas y, sobre todo, porque hasta la fecha, la mayoría de estos países no tienen acceso al uso de satélites. Los sistemas

operacionales por satélite son casi de uso exclusivo de países como: Estados Unidos, Canadá, la ex Unión Soviética, Japón, Francia y otros desarrollados, y los utilizan para el tráfico comercial de datos, telecomunicaciones, envío de programas ordinarios de televisión, etc.

América Latina y, en general, los pueblos menos favorecidos, han sabido del uso y existencia de los satélites, más que todo cuando se les envían, por algún interés premeditado, programas espectaculares de televisión que transmiten en directo: juegos olímpicos, asesinatos, visitas del Papa, bodas reales, etc., y más recientemente, por la comercialización del cable, promovida por grandes consorcios norteamericanos. Con la llegada de este sistema, complementario a los sistemas ordinarios de la televisión local, la televisión imperialista logró penetrar con toda libertad al seno familiar de los hogares latinoamericanos, y, con esta llegada, como dice el comunicólogo sueco Edward W. Ploman: "...tiemblan los cimientos de la independencia nacional en cultura y comunicaciones." (29)

Como es sabido, los costos de los servicios de televisión por cable han ido bajando y esta tendencia se debe a que Estados Unidos es el más interesado en que esto ocurra para lograr mayor cobertura y penetración, mayor influencia.

Las instalaciones de telecomunicaciones para captar las señales de los satélites (antenas parabólicas) ya están casi al alcance de todos, incluso de algunos habitantes de comunidades pobres, pero, la instalación, administración y uso del sistema de satélites seguirá siendo patrimonio de unos cuantos países, en especial, de los grandes capitales norteamericanos, hoy más convencidos que, como declara Michel Poniowski, ex-ministro del Interior de Francia: "...aquellas naciones que desarrollan las nuevas comunicaciones planetarias serán las que detentarán en el siguiente siglo el poder económico y político" (30) y cultural.

En el seno de la UNESCO y otros foros internacionales, los países en desarrollo han acusado a los países industrializados de occidente de abusar del uso de los sistemas de satélites para fomentar sus propios intereses, implantar sus patrones de vida, explotar comercialmente estos sistemas y usarlos para imponer, en forma abierta y generalizada su dominación informativa y

cultural. Han manifestado también su preocupación por la soberanía y la identidad cultural de estos pueblos, pero, desafortunadamente no se ha podido hacer nada, al contrario, la penetración vía satélite es cada día mayor.

El uso de los satélites con amplias libertades por parte de los países ricos representa problemas graves y complejos. El primer ejemplo de esto es el uso de los satélites para teleobservación por medio de los cuales se recoge información que es utilizada sin ninguna reglamentación. Es público que la NASA vende información valiosa del territorio de cualquier país, (información que puede revelar la existencia de depósitos petroleros o de minerales, por ejemplo) a empresas de minería o de extracción de petróleo, sin que el país en cuestión lo sepa y lo apruebe. <sup>(31)</sup> Este es un mero ejemplo de las repercusiones que tiene, ya en la práctica, la nueva tecnología sobre la soberanía de los pueblos.

La militarización cada vez mayor del espacio ultraterrestre afecta incluso los intereses nacionales de países de avanzada tecnología como Canadá, cuyo Comité Consultivo sobre las Implicaciones de las Telecomunicaciones en la Soberanía de Canadá, más conocido como Comité Glyne, ha advertido: "La soberanía de Canadá durante la próxima generación dependerá en buena parte de las telecomunicaciones. Si queremos mantener una cultura independiente tendremos que seguir expresándola por radio y televisión (...) Consideramos que las comunicaciones son uno de los elementos fundamentales de la soberanía del pueblo de todo país." <sup>(32)</sup>

A pesar de esta grave situación son escasas las muestras de preocupación en América Latina. No hay intentos de gran envergadura para definir políticas y crear proyectos que contrarresten el impacto de toda esta penetración ajena. Las mismas escuelas de Ciencias de la Comunicación permanecen indiferentes y continúan con su rutinaria tendencia de preparar profesionales que no ven más allá de una sala de redacción, un micrófono para anunciar complacencias musicales o de salir en la televisión.

#### 4.5 ORGANISMOS OFICIALES DE PROPAGANDA Y SEGURIDAD DE ESTADOS UNIDOS

En este punto tenemos que mencionar lo que se conoce como Información Política Internacional (IPI) porque son los organismos oficiales de propaganda y seguridad de casi todos los países, no solo de Estados Unidos, quienes tienen a su cargo este tipo de información. Esta se entiende como: programas oficiales de información para el exterior, intercambios culturales y actividades de propaganda y de guerra ideológica.

La información Política Internacional, la difunden todos los gobiernos del mundo con el objetivo de que sea su versión noticiosa la que se dé a conocer entre los medios noticiosos mundiales. Es un esfuerzo por ganar credibilidad. Pero en esto, como en todo lo demás, los gobiernos de los países poderosos son lo que más se hacen oír por la influencia que ejercen sobre las grandes transnacionales de la noticia y por todos los mecanismos que tienen a su alcance, entre otros, el acceso a los sistemas de satélites. Contrariamente, las naciones pobres casi nunca pueden darle volumen a su voz e imponer su versión. Se quedan como meros receptores de toda esta IPI, y sólo les queda denunciar, de vez en cuando, este injusto orden informativo internacional ante la ONU u otros foros mundiales.

Los esfuerzos en el área de la diplomacia pública por parte de las naciones occidentales como Estados Unidos, Gran Bretaña, Francia y Alemania tienen mucho en común, por ejemplo, casi todas poseen servicios similares de radiodifusión, donde enfatizan sus versiones noticiosas oficiales; tienen intercambios culturales (USIS, Alianza Francesa, Asociación Von Humbolt); puestos de información, bibliotecas, etc.

Ejemplos de este tipo de Información Política Internacional son las transmisiones oficiales de La Voz de América (VOA); Radio Moscú; Servicios Mundiales de la BBC de Londres; Radio Martí; Radio Habana-Cuba; Radio Exterior de España, etc. Y actividades desarrolladas por organismos como la Agencia de Información de los Estados Unidos (AIEU), instrumento que opera desde 1968 con presupuestos millonarios. Emplea a cerca de 12 mil personas en Washington y cerca de 275 puestos en los Servicios de Información Norteamericanos (SIN) en 110 países.

Estos servicios incluyen librería y servicios informativos para los medios locales, organizan exhibiciones, cursos de idiomas y seminarios de diversos tipos y arreglan visitas e intercambios guiados entre los norteamericanos y los nacionales de los países de que se trate. <sup>(33)</sup>

Uno de los más afinados instrumentos de la AIEU es la radio La Voz de América (VOA) que transmitía 800 horas a la semana en 42 idiomas en 1989, año en que recibió una gran parte de los mayores fondos que se haya destinado para estos servicios (administración Reagan). Su programa de modernización para mejorar su equipo y su tecnología iba de 1.3 a 1.8 billones de dólares. En esos momentos la VOA tenía previsto expandir su alcance difusor y había firmado acuerdos para nuevas estaciones o para mejorar las ya existentes en: Marruecos, Sri Lanka, Tailandia, Costa Rica y Belice. También planeaba incrementar sus horas de transmisión y el número de idiomas en que llevaba a cabo sus transmisiones. <sup>(34)</sup>

La CIA (Agencia de Inteligencia Norteamericana) en materia de desinformación también ha jugado su papel. En casi todos los países de América Latina, si no en todos, ha elaborado deliberadamente, material distorsionado y falso para engañar y confundir en determinados momentos a la opinión pública local e internacional. Ha subsidiado a periodistas, servicios noticiosos, estaciones de radio, publicaciones periodísticas y otras entidades de comunicación, para utilizarlos en sus grandes actividades de propaganda y para cubrir sus operaciones de intromisión.

Los embajadores de Estados Unidos en los países de América Latina representan una fuerza política real en la vida nacional. En momentos decisivos de la política interna (golpes de estado, selección de candidatos a la Presidencia, elecciones presidenciales, etc.) se les consulta y se les toma en cuenta por parte de grupos políticos, partidos políticos y cúpulas oficiales y militares.

Aparte de estos y otros medios y mecanismos para imponer su IPI, Estados Unidos muy abiertamente ha echado a andar programas políticos intervencionistas muy específicos para América Latina como Alianza para el Progreso, Cuerpos de Paz, etc.

## NECESIDAD DE UNA COMUNICACION POPULAR

Si todavía no hay una definición universal de comunicación en su sentido filosófico, y apenas la hay desde el punto de vista estructuralista, mucho menos la hay sobre la comunicación popular, a no ser la definición simplista de que "es la comunicación del pueblo". Sin embargo, ya existe suficiente base teórica y práctica para el establecimiento de una ciencia de la comunicación popular y, por ende, de aproximaciones definitorias.

Al calor de los procesos revolucionarios y transformaciones que agitan a la humanidad surgen nuevos planteamientos teóricos y prácticos que dan cuenta de las contradicciones sociales existentes y exigen la búsqueda de nuevas formas de comunicación, lo que ha obligado también a buscar un marco teórico, de donde se derive una práctica comunicativa.

Las angustias por encontrar una definición y una práctica de la comunicación popular, aunque no enunciada en esos términos, se encuentra en la antigüedad clásica y han recorrido un largo camino. Los clásicos de la literatura y la filosofía advirtieron la necesidad de una definición y de una práctica de una comunicación dialógica. Es en el diálogo entre los hombres, en esa práctica comunicativa, que se desarrolla en proposiciones de lucha transformadora y emancipadora, en donde parece encontrarse la base de una comunicación popular.

Haciendo abstracciones del pensamiento filosófico, que es abundante, indudablemente el punto de partida para el estudio científico y la práctica de una comunicación popular lo encontramos en Marx y Engels, a mediados del siglo pasado -según cita de Jaime Goded- al demostrar que "el hombre no puede existir más que en sociedad y que ninguna sociedad puede existir sin comunicación entre sus elementos. Las estructuras de la comunicación dependen de las condiciones y de los hechos sociales, pero a su vez constituyen un factor esencial en el funcionamiento del la sociedad." (35)



Marx y Engels desarrollan en La Ideología Alemana la concepción materialista de la realidad social e histórica del hombre, comprendido éste como un ser creador a través de su praxis transformadora.

Romano García asienta, en la introducción al libro Comunicación Social, que "El diálogo comunicativo es un proceso dialéctico a través del cual los hombres conocen la realidad, la pronuncian de una manera problematizadora, crítica, y se ponen de acuerdo para dominarla, transformarla, ponerla a su servicio, para pasar del reino de la necesidad al de la libertad, como diría Marx y Engels." (36)

Por su parte, Eugenio Pronin informa que "el experto alemán Karl Liebknecht formuló en términos de enseñar, propagandizar, agitar los métodos fundamentales de un nuevo tipo de comunicación. Y quien completó estas ideas fue Lenin cuando afirmó que el periódico es, no solamente un propangandista y agitador, sino además un organizador colectivo." (37) Liebknecht y Lenin advirtieron la necesidad de un nuevo tipo de información y enunciaron sus métodos fundamentales.

El pedagogo y religioso Paulo Freire al dedicar sus esfuerzos al diálogo comunicativo aportó sus valiosas investigaciones y conclusiones a la ciencia de la comunicación popular. "Ser dialógico -dice- es no invadir, no manipular, no imponer consignas, es empeñarse en la transformación de la realidad." (38)

"Como ser dialógico es el encuentro de los hombres que pronuncian el mundo, esta pronunciación emancipadora no puede ser el derecho de unos cuantos, sino el de todos los hombres", dice Romano García. Y añade que "la comunicación democrática -popular-amplia-participativa- implica, por tanto, que los comunicadores (y por tales entendemos no sólo a los individuos, sino también a cualquier forma concreta de manifestación del papel o función de comunicadores, como redacciones, editoriales, emisoras, etc.) individual o colectivos no hablen a las masas sobre su visión del mundo, no intenten imponerles sus ideas, sino que dialoguen con las masas sobre la visión que cada uno de los sujetos de la comunicación tiene de la realidad, a fin de transformarla." (39)

H. Holzer advierte que la comunicación debe "servir para esclarecer y verbalizar las necesidades subjetivas y colectivas (del público); para revelar los mecanismos de coacción de la sociedad; para elaborar directrices; para la intervención y acción colectiva. Al capacitar al hombre para comprender el entramado de relaciones y para reconocer la propia situación y la acción resultante de esto, puede hablarse del hombre emancipado."<sup>(40)</sup> Freire y Holzer, el primero religioso y el segundo marxista, coinciden en que la experiencia es el resultado de un proceso colectivo de aprendizaje y lleva a la aproximación comunicativa de la realidad, se traduce en experiencia solidaria y en movimientos colectivos o individuales de emancipación. De esto se desprende que la comunicación popular es un factor necesario en la conquista del conocimiento y el dominio de la naturaleza.

Por su parte J.A. González Casanova señala que "el objeto genérico de la comunicación no puede ser otro que el mundo común, o más sencillamente: el mundo. Nuestro discurso - imprescindible como es- debe referirse, para tener sentido, a ese principio de realidad del que habla Freud y que es el que vincula las conciencias a un orden objetivo determinado independientemente de las relaciones recíprocas entre las conciencias. La comunicación, por lo tanto, es en primer lugar relación de las conciencias con el mundo, del hombre con las cosas, y, en segundo lugar la acción conjunta -la co-acción- de los hombres con las cosas del mundo."<sup>(41)</sup> En este sentido la comunicación dialógica popular, constituye también la base teórica de conocimiento.

Al mismo tiempo que se han hecho aproximaciones definitorias sobre lo que es la comunicación popular se le han asignado obligaciones concretas. En contradicción con la información burguesa, la comunicación popular tiene funciones y obligaciones concretas que cumplir entre las cuales están las de propagandización, motivación y organización.

La corriente socialista le asigna a la comunicación una obligación de propagandización. Pronin, en Las Bases Marxistas-Leninistas de la Teoría del Periodismo, apoyándose en los enunciados leninistas, explica que la función propagandística debe ser entendida como divulgación de conocimientos, pero de conocimientos racionales que puedan ser comprobados en la

práctica, conocimientos científicos; que esta es la función que forma la concepción científica y la conciencia de clase. Pero que las masas no conforman su conciencia de clase simplemente sobre la base de la propaganda sino apoyándose en la experiencia propia y con la ayuda de ésta, es decir, en una experiencia dialéctica. Y que la efectividad de la función propagandística que alcance una comunicación popular consistirá en las facilidades que dé a los receptores para el conocimiento de un sistema de valores que les sirva de referencia para analizar los fenómenos económicos, políticos y sociales.

También explica Pronin que otra obligación de la comunicación popular es la de agitación o motivación. Que para que el hombre actúe en determinada forma, no basta con que capte una serie de conocimientos, sino es preciso que los sienta, que estimule su esfera emocional, y que esto lo logrará la comunicación popular utilizando el método de la motivación o agitación, en términos marxistas. Que la agitación o motivación consiste en presentar al receptor información sobre hechos que exigen de él una evaluación fundamentada en los valores creados por la propaganda, lo que a la vez va creando una actitud combativa. Que esto lleva al receptor al terreno de la acción; pero que, sin embargo, la actividad realizada bajo la influencia de la propaganda y la agitación será espontánea y que para orientar esa energía es necesario el método funcional de la organización.

Con ésto se cierra el círculo de la formulación de Liebknecht y completado por Lenin al atribuir obligaciones de propagandización, agitación y organización al periodismo, pero que para nuestro caso es la comunicación popular.

Mediante el cumplimiento de estas obligaciones la comunicación popular formará el conocimiento y la conciencia de las masas, participará la solución de los problemas reales de la vida social, estimulará en lo organizativo y en lo político, participando directamente en los actos revolucionarios, y se constituirá en un instrumento ideológico de la lucha de clases.

La vida misma de los pueblos explotados, oprimidos y reprimidos está exigiendo una auténtica comunicación popular, y una auténtica comunicación popular estará enriqueciendo la vida de esos pueblos en la medida en que resulte, finalmente, un verdadero proceso de concientización.

## APROXIMACIONES E INTENTOS DE COMUNICACION POPULAR

La historia de las últimas décadas de la vida de América Latina evidencia que grandes sectores poblacionales han conformado una clara conciencia social, lo que ha originado el nacimiento de fuertes organizaciones progresistas de representación popular.

En su lucha por exigir justicia, reconocimiento y respeto de sus derechos ciudadanos, en su afán por hacerse escuchar, y querer participar en la vida pública, todos estos grupos que quieren salir de la marginación y el olvido en que han estado sumidos, han sentido la necesidad de expresarse, y ante la imposibilidad que han encontrado de acceder a los medios de información oficiales y mercantiles, han tratado de crear canales propios de comunicación.

Puede decirse que la búsqueda de nuevas formas de comunicación, de formas propias del movimiento popular, nace, precisamente, con las propias organizaciones.

En sus inicios, la comunicación gremial se dio espontánea, sin una clara concepción de lo que es una comunicación de corte popular, sin objetivos y sin mecanismos apropiados para alcanzar una producción efectiva.

Los pueblos latinoamericanos se han esforzado, sin embargo, por encontrar nuevas formas de expresión y prueba de este esfuerzo son por ejemplo las octavillas de los denominados grupos anarcosindicalistas que surgieron en México a finales del porfiriato; órganos como el "Regeneración" de los magonistas mexicanos; los mítines y la prensa de los primeros sindicatos latinoamericanos. El "No nos Tientes" de la Asociación de Estudiantes Universitarios (AEU) de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

No hay estadísticas ni datos concretos sobre la producción que a nivel de comunicación gremial o popular se ha hecho, pero puede decirse que ésta se ha dado en forma ininterrumpida y más que todo en forma impresa.

Son muchos los boletines, panfletos, volantes, pequeñas revistas o periódicos, que han circulado en los países de América Latina. En materia propiamente de radio también se han hecho intentos por buscar formas de expresión amplias y democráticas. Experiencias de radios comunitarias las tenemos en las escuelas radiofónicas. Esta experiencia nació en los primeros años de la década de los cincuenta en Colombia. Su impulsor fue el Padre José Joaquín Salcedo que la diseñó como una manera apta para ofrecer educación básica a los grupos de campesinos más alejados de su parroquia. Este modelo nació en Radio Sutatenza en Colombia y rápidamente fue retomado en otros países de América Latina. En Guatemala las escuelas radiofónicas nacieron a finales de los años cincuenta por la inquietud que hubo por fundar radios educativas de parte de las misiones católicas y con el apoyo de las Diócesis, para reforzar la labor pastoral y difundir el evangelio principalmente entre la población indígena.

El 22 de junio de 1958 el P. Oscar García Urizar, párroco de la Parroquia del Santo Cristo de Esquipulas fundó la Voz de Colomba T.G.A.C. en Colomba Costa Cuca, Quetzaltenango, y cuatro años más tarde el P. Juan Rompa, después de viajar a Colombia y conocer de cerca el proyecto de Radio Sutatenza, fundó el 21 de noviembre de 1962 la T.G.V.N., La Voz de Nahualá en Sololá. En agosto de 1966 salió al aire la T.G.C.H., Radio Chortí, en Jocotán Chiquimula. Luego, en 1975, se fundaron la T.G.M.N., Radio Mam en Cabricán, Quetzaltenango y la T.G.T.Z., Radio Tezulutlán en Cobán, Alta Verapaz.

En 1965 se fundó la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas (FGER) por iniciativa del P. Oscar García de Colomba, el P. Juan Rompa de Nahualá, el P. León Ruwet de Jocotán y el P. Felipe Suárez de El Quiché. Actualmente la FGER está integrada por seis escuelas radiofónicas, un circuito cerrado de radio que funciona en la zona 3 de la ciudad capital y otro que está por salir al aire en la zona de Petén (ya está autorizada la frecuencia). Las seis escuelas radiofónicas que integran la FGER transmiten en idiomas indígenas de sus respectivas regiones y operan en los

siguientes lugares: Cobán, Alta Verapaz con Radio Tezulutlán transmite en kekchí, español y pocomchí; Jocotán, Chiquimula con Radio Chortí, transmite en español. En la zona de Sololá transmite en cackchiquel, quiché y español La Voz de Nahualá. En Quetzaltenango operan La Voz de Colomba y Radio Mam que transmiten en mam, quiché y español y en la zona de Santiago Atitlán, Sololá transmite La Voz de Atitlán en tzutuhuil.

Desde sus inicios todas estas radios se utilizaron como elementos en la obra evangelizadora de la iglesia católica pero se han usado también en programas de alfabetización y de desarrollo de sus comunidades. Los habitantes tienen participación directa y activa en todas estas radios. (Para mayor información sobre el tema consultar Revista FGER, 25 ANOS, distribuida en 2a. Calle 4-41 Z.1, Guatemala). En México nacieron dos emisoras como escuelas radiofónicas: la XEUNT, Escuelas Radiofónicas Taranumara (1955), y la EJM, Escuela Radiofónica de Huayacocotla (1965). La XEYT, de Teocelo, Veracruz (1965) nació como una radio cultural gracias a las gestiones de un grupo de ciudadanos de la localidad, preocupados por la educación y promoción de su pueblo. Este proyecto al alcanzar madurez y definición pasó a ser Radio Cultural Campesina. (42) En Bolivia (1956) nacieron 19 emisoras de este tipo y conformaron la Red de Emisoras Mineras que transmitían desde las minas. La mayoría se sostenía con aportes de los trabajadores. En 1980 su número había aumentado a 23 y todas estaban en manos de los trabajadores. (43) Más recientemente en México (1980) aparecieron más definidos como proyectos de comunicación popular: Radio Universidad-Pueblo, XEUAG, de la Universidad Autónoma de Guerrero (presentado como estudio de caso en este trabajo) y Radio Ayuntamiento Popular de Juchitán, Oaxaca.

El movimiento de masas latinoamericano, representado en gran número de organizaciones en cada país del área, en forma individual y aislada, ha logrado alguna presencia pública a muy alto costo económico, mediante la compra de espacios en los periódicos de alto tiraje y en las radiodifusoras comerciales, sin poder evitar, no obstante, la previa censura del contenido de sus mensajes.

Muchos cuestionan el carácter de marginal, participativo o popular que todos estos intentos de comunicación puedan haber

tenido o tengan, ya que hay criterios generalizados en el sentido de que el contenido de estas publicaciones ha sido y sigue siendo intrascendente en el proceso dinámico de las masas; su producción dispersa, aislada, carente de profesionalismo, pobre en cuanto a recursos económicos y técnicos, irregular, mal distribuida, de escasa circulación o poco alcance, no ha tenido ninguna repercusión.

Se reconoce además que el movimiento popular, en ninguno de los países latinoamericanos ha podido implementar un aparato propagandístico como instrumento político efectivo en la consecución de sus intereses inmediatos e históricos. Si en algunos lugares ha alcanzado algunos logros en materia de comunicación, éstos no han sido más que explosiones coyunturales, esporádicas y sin continuidad.

De esa suerte, a pesar del peso social que tienen hoy en día los movimientos de masas en cada uno de los países de América Latina, su presencia en los medios de comunicación tradicionales, casi no se percibe. No hay relación entre los espacios que se le dan a las informaciones relacionadas con las actividades de los grandes sectores explotados y las implicaciones que éstas están teniendo en la vida nacional.

El reconocimiento de esta lamentable situación concretiza cada vez más la decisión de los sectores organizados, los profesionales progresistas, entidades críticas como algunas universidades democráticas y otras instituciones consecuentes, por fijar conceptos claros de lo que debe ser una verdadera comunicación popular y crear los mecanismos necesarios para que ésta se dé, alcanzando objetivos precisos para fortalecer la lucha de clases y un cambio de estructuras verdadero en cada uno de los países latinoamericanos.

Pero mientras se logran estos mecanismos para alcanzar una verdadera comunicación popular y mientras los órganos informativos tradicionales no se democratizan, se hace necesario abrir espacios democráticos y establecer políticas de información que respondan a una concepción distinta de la información mercantil impuesta. Donde la información tienda a convertirse en un proceso de verdadera comunicación y sea parte del esfuerzo

de diálogo y búsqueda conjunta que todo pueblo debe hacer para procurar su progreso y fortalecer su identidad como tal.

Todo esto pareciera una utopía pero, si hay alarde de democracia en Guatemala y en toda América Latina hoy en día, la apertura de nuevos espacios de expresión tiene, necesariamente, que ser posible.

Los gobiernos y los grupos minoritarios de poder tienen que comprender y aceptar que, la población mayoritaria (las grandes masas de obreros, campesinos, clases medias, etc.) tienen un conjunto muy específico de necesidades informativas en materia política, económica, cultural y social en general, cuya satisfacción es imprescindible para que dicha población comprenda su realidad, pueda conocerse e identificarse como pueblo y participar activa y libremente en procesos de transformación social y en la defensa de su identidad y soberanía nacionales.

En Guatemala, como en otros países del área, el Estado se ha desentendido del problema de la comunicación, y sus órganos informativos oficiales, han sido siempre lo más modestos, los menos leídos, escuchados y vistos, y, por estar sujetos a los intereses oficiales, los menos creíbles. Hay carencia de políticas informativas para fortalecer a los pueblos como tales y resignación por seguir aceptando y asimilando los patrones informativos y culturales impuestos por el imperialismo.

El uso de la radio, un medio de grandes posibilidades, puede ir abriendo la brecha para alcanzar una verdadera comunicación popular. Aquí pueden darse experiencias que permitan el acceso del pueblo a un medio de gran alcance y que logre identificarse con sus verdaderos intereses.



## **IMPULSAR PROYECTOS DE COMUNICACION: COMPROMISO DE LAS UNIVERSIDADES DEMOCRATICAS**

Los aparatos educativos no pueden permanecer al margen de las nuevas condiciones que plantea el fin de siglo. La globalización de la economía, la información, la educación y la cultura, amenaza con destruir la esencia misma de los pueblos y con acrecentar los índices de pobreza, ignorancia y marginación de las clases mayoritarias.

Ante este panorama se hacen necesarios la preservación y el fortalecimiento de los sistemas educativos nacionales y, en especial de la educación superior, pero junto con el afán de lograr la excelencia académica y el mayor dominio de los conocimientos científicos, tecnológicos y humanísticos, deben reforzarse programas y acciones que vinculen a las universidades democráticas con los pueblos que les dan sustento. Como universidad democrática entendemos un modelo o corriente que se ha ensayado en América Latina, especialmente entre las universidades públicas, con diferentes enfoques y con diferentes nombres: Universidad democrática y popular; Universidad crítica, científica, democrática y popular, o sencillamente Universidad-pueblo.

Las características generales de este modelo universitario, entre otras son: 1) Democratización de sus formas de gobierno y administración, en las que intervienen estudiantes, maestros y trabajadores administrativos. La comunidad universitaria, a través de organismos colegiados, participa en la planeación y solución del contenido y de los problemas de la vida académica. 2) Orienta el conjunto de sus actividades en base del conocimiento científico y a la vinculación de la institución a la realidad económico-social del país, proyectándola como factor que impulsa su crítica y transformación. 3) Integra una verdadera comunidad universitaria que actúa conjuntamente para captar las demandas sociales y satisfacer sus necesidades de educación formal. 4) Da oportunidad

de educación a los marginados y hace llegar sus productos a todos los sectores de la población. 5) La vida académica se nutre y está abierta al cambio para detectar la problemática de la sociedad global y responder a ella. 6) Su quehacer ideológico es relacionarse con los auténticos problemas sentidos por la sociedad y ayudar a resolverlos y orientar la transformación del status que lo genera. 7) Busca que las acciones o funciones de docencia, investigación y extensión estén integradas. 8) La extensión permite a la Universidad ir al encuentro de la realidad social y a la vez le permite ejercer influjo sobre ella, llevándole los productos de la vida académica. No es un fin en sí misma, en tanto que se nutre y genera dinámica interna de la vida institucional y promueve momentos que la llevan a lograr la democratización hacia afuera y desde afuera en su contacto con las clases sociales populares, para asumir y cumplir el compromiso universitario de participación en el proceso social de transformación.

Para el caso de la presente propuesta, nos interesan las acciones de extensión como vinculadoras del quehacer académico y de investigación y como vinculadoras de la Universidad con la sociedad. Esta vinculación se hace necesaria para que, conjuntamente, universidades y sociedad, interactúen y se propongan el conocimiento científico de la realidad que viven estos pueblos y su transformación para beneficio de todos.

La vinculación universidad-pueblo requiere necesariamente de un diálogo, de una comunicación dialogada para que puedan hacerse oír, entenderse, comprenderse. Esto hace necesario que las universidades democráticas, como instituciones de derecho, avalen legal y financieramente proyectos de comunicación alternativos que les permitan (a universidades y a pueblos) entablar este diálogo, exteriorizarse, comprenderse y proponerse unidos acciones transformadoras.

El propósito que hagan las universidades democráticas por vincularse con el pueblo y dialogar con él implica la participación permanente de los universitarios en las luchas del pueblo. Implica promover la reflexión científica sobre las condiciones de vida de la gente, sus contradicciones y necesidades. Implica traducir, explicar y analizar los mecanismos económicos, políticos, ideológicos y culturales que crean y reproducen esta realidad llena de injusticia y marginación. Implica buscar en el pueblo sus

propias líneas de transformación, conocer sus necesidades reales y buscar formas para poder expresarlas. Implica entrar consciente y organizadamente a las comunidades y manifestar sus actividades y su voluntad política. Implica involucrarse en proyectos de comunicación alternativos que marquen la ruta para llegar a alcanzar la práctica de una comunicación popular, democrática, amplia y participativa.

Para llevar a la práctica una comunicación dialógica, - necesaria para hacer efectiva la vinculación universidad-sociedad- las casas de estudio pueden utilizar un medio que ofrece muchas posibilidades de acceso. Este medio es la radio, que, a diferencia de la prensa escrita, la televisión y el cine, tiene costos más bajos que pudieran ser más factibles de absorber por los presupuestos que manejan las universidades. Si bien la inversión inicial que se requiere para montar una radio pudiera parecer muy elevada, los gastos por producción, operación y mantenimiento son relativamente bajos y pueden ser factibles de financiar permanentemente con recursos destinados a labores de extensión. De hecho, muchas universidades en América Latina han logrado concesiones de frecuencias y tienen sus radiodifusoras al aire, pero muy pocas han asumido una verdadera función social. La mayoría de ellas mantiene ciertas constantes en su programación que las aleja de los sectores mayoritarios. Por ejemplo: marcan sus emisiones con el rigor de la enseñanza superior; manejan de preferencia temáticas científicas y tecnológicas en sus respectivos lenguajes complicados. Difunden grandes espacios de música clásica. Recurren con frecuencia a la música, series y programas que regalan las embajadas, material que contiene información de interés sólo para públicos del país de origen. A veces estas series y programas son transmitidos tal como vienen o se usan para elaborar programas propios, en ambos casos las voces y los acentos extranjeros rompen con el estilo de la emisora. Por otro lado hay afán por mantener al día a los escuchas en asuntos de cultura, ciencia y tecnología, (sin vincularlos a las realidades sociales) y se descuida la información local, nacional e internacional de tipo político, económico y social. Carecen de espacios para debate, análisis y crítica. Todo esto las hace radio sólo para pequeños grupos de personas con cierto nivel de preparación y son ignoradas por los sectores populares.

Estas tendencias son notorias al analizar barras programáticas de algunas Radios Universitarias como Radio Universidad de la Universidad de Costa Rica; Radio Universidad de San Carlos de Guatemala; Radio UNAM de la Universidad Nacional Autónoma de México; Radio Universidad Autónoma de Baja California; Radio Universidad Autónoma de Querétaro; Radio Universidad Autónoma de Durango; Radio Universidad de la Universidad Autónoma de Guanajuato y Radio Universidad Autónoma de Oaxaca, estas últimas en la República Mexicana.

Los intentos por impulsar proyectos de radios alternativas se han enfrentado siempre y en todo lugar a múltiples barreras (políticas, legales, económicas, etc.). Y en este punto surge la pregunta: ¿qué universidades estarían dispuestas a dar la lucha por utilizar la radio con miras a llevar a la práctica una comunicación popular?. La respuesta está implícita en los principios políticos, ideológicos y filosóficos, que rigen a cada casa de estudios, pues de acuerdo a estos principios así es la práctica, los objetivos, propósitos y compromisos que asumen las universidades.

Posiblemente sólo las universidades de corte democrático, por eso nos referimos a ellas específicamente respondiendo a los principios que las rigen, podrían asumir el compromiso de luchar por dar alternativas de comunicación.

## PROPUESTA PARA UNA RADIO UNIVERSITARIA DEMOCRATICA

En este contexto de relaciones sociales en donde el proceso de producción, distribución y consumo de significados ideológicos es dominado por una minoría que los monopoliza, los pone a su servicio y los impone a través de diversos aparatos, surge la propuesta de que las universidades democráticas, como instituciones de derecho, den la lucha por legitimar proyectos que tiendan a hacer realidad la práctica de una comunicación popular, utilizando inicialmente un medio factible como lo es la radio.

Se propone la creación de proyectos radiofónicos que más que éstos constituyan acciones destinadas a entregar al pueblo la posibilidad de comprobar la importancia de manejar y tener a su disposición un medio que como la radio, siempre se le ha presentado lejano, inaccesible, divorciado de sus intereses y promotor de los intereses ajenos, así como técnicamente incomprensible.

Esta acción necesariamente implica una vinculación estrecha con el pueblo y su capacitación para que domine el medio y reconozca que a través de la comunicación que parte del cuestionamiento de las condiciones materiales concretas de existencia, los hombres se aproximan al conocimiento de la realidad objetiva, se pueden pronunciar frente a ésta de una manera analítica, crítica, y pueden ponerse de acuerdo para dominarla, transformarla y obtener beneficios. Implica además reconocer que en términos generales, el objeto de la comunicación no es la transmisión de mensajes sino el conocimiento científico: el conocimiento de la realidad objetiva y de su transformación, y en un segundo plano la vulgarización de este conocimiento científico, entendiéndose como la conversión de éste a las categorías y conceptos del lenguaje popular.

Deberá reconocerse además que el emisor y el receptor no deben ser agentes pasivos en el proceso de la comunicación, sino

sujetos activos que necesariamente tienen que vincularse e involucrarse en una lucha transformadora. Y para que esto sea así, las universidades deberán abrir las puertas de las radios universitarias y permitir que el pueblo tenga la experiencia de acceder y poseer un medio que le estaba prohibido por su costo y porque lo advertía extraño a su mundo de objetos. Solo entrando al universo oculto y amañadamente sofisticado de la "comunicación colectiva" el mismo pueblo desmistificará al medio (radio) y comprobará que en sus manos es un instrumento extraordinario para sentir que no está limitado: puede hacerse oír, opinar y participar en otra dimensión. A la vez, las universidades democráticas, a través de sus tareas de extensión e investigación deberán adentrarse al seno de las comunidades y en una estrecha vinculación con éstas darle vida a una nueva práctica comunicativa. La programación radiofónica deberá ser resultado de una investigación constante de las condiciones de vida del pueblo, investigación en la que debe participar el mismo pueblo, a efecto de identificar las necesidades y luego sugerir los contenidos en la programación de la radio que coadyuven a satisfacer esas necesidades. Esto supone la organización y constante capacitación del pueblo que se puede lograr por medio de talleres populares instalados en las comunidades cuyos temas podrían ser: técnicas básicas de investigación, producción radiofónica, locución y manejo técnico del medio y, en consecuencia se debe lograr la consolidación de organizaciones de comunicadores naturales de las comunidades o grupos, con el objeto de que la voz colectiva adquiera coherencia a través de ellos.

Las líneas de referencia sobre las que se sustente en una primera fase la programación serán percibidas sin grandes dificultades y su contenido y alcances parecerán puramente inmediatistas. Sin embargo, su valor para las acciones posteriores será de primera magnitud porque constituirán los vértices de vinculación y de acceso hacia otros problemas del pueblo: asuntos sobre los que el mismo pueblo talvés no tiene referencia ni conciencia debido a una visión superficial de la realidad, asuntos tales como la necesidad y la posibilidad de generar cambios a partir de su proceder organizado.

En esta primera fase de operación de las radios universitarias, los mensajes tendrán un carácter amistoso y fraternal, serán programas con contenido, pero buscando divertir y entretener,

con posterioridad y sin perder esta tónica inicial, la orientación de los mensajes ira cambiando y cobrando un sentido más social.

La metodología propuesta para ir conformando una barra programática "parte de lo inmediato cotidiano buscando que el pueblo, sus organizaciones y sus comunicadores, encuentren a través de la práctica comunicativa, un vehículo por medio del cual se reflexione en común sobre lo investigado, sobre la ruptura progresiva de la visión ideologizada del mundo y sobre la necesidad de una práctica política que transforme la realidad. Partir, en consecuencia, de lo inmediato para ponerse de frente y al frente de lo mediato e histórico." (44)

Los planteamientos metodológicos para conformar los contenidos de la programación deberán adaptarse con flexibilidad y los conductores de los proyectos entender que los alcances y las posibilidades de radios con esta orientación, variarán de acuerdo al lugar donde se decida ser operadas. Su desarrollo, impacto y aceptación será desigual en función de múltiples factores, entre otros: las características socioeconómicas de cada contexto, de acuerdo a la posición del Estado, al respaldo popular que logren despertar etc...."los avances y retrocesos dependerán de análisis adecuados de las contradicciones que se operen en el proceso mismo y en su ámbito de operación." (45)

Es necesario superar en todo momento las apariencias, los sentimientos triunfalistas o derrotistas, las equivocaciones, errores y desalientos que se presenten en el desenvolvimiento del proceso comunicativo. Hay que tomar en cuenta que la operatividad que va a normar estas acciones no son del tipo de eficientismo empresarial privado. Aquí cuenta la ineludible voluntad de quienes se propongan llegar a la praxis de una verdadera comunicación popular y la solidez de sus principios político-ideológicos.

Para iniciar una primera fase de operaciones e ir despertando el interés del pueblo por escuchar, participar y aprender a usar el medio radiofónico que ofrecerán las universidades al pueblo, se sugiere que se incluyan espacios con contenidos que, entre otros pudieran ser:

**Programas para los habitantes del campo:** que fomenten el trabajo organizado para el mejor aprovechamiento de los

recursos naturales; origen, contenido y aplicación de leyes para el campo como las de reforma agraria; situación actual de la tenencia y reparto de la tierra; producción, productividad y comercialización (el intermediarismo); diagnósticos ecológicos (la agroquímica y sus repercusiones en la salud y el medio ambiente); prácticas agropecuarias tradicionales; temas relacionados con educación, alimentación, vivienda, vestido, salud, higiene, diversión de los habitantes del campo; seguridad social, etc. Estos espacios pueden ser producidos, dirigidos, asesorados y conducidos por varias escuelas y facultades, entre otras: Agricultura, Veterinaria y Zootecnia, Derecho, Medicina, Servicio Social y por trabajadores del campo, Asociaciones agrícolas-ganaderas, cooperativas, etc.

**Programas para la salud:** Se rescatarán y difundirán prácticas de la medicina tradicional prehispánicas, la herbolaria y la medicina naturista y sugerencias para utilizar las propiedades de las riquezas naturales; campañas de prevención de enfermedades; campañas del Sector Salud; nutrición e higiene. Estos espacios se pueden amenizar con la participación de curanderos, yerberos, sobadores, parteras, hueseros, haciendo referencia a sus experiencias y a las riquezas naturales y prácticas de sus comunidades. Aquí pueden jugar un papel de primer orden las Escuelas y Facultades de Medicina, Biología, Ciencias Químicas, Enfermería, Institutos de Investigación áreas Humanístico-Social y Ciencias Naturales, etc.

**Programas de tipo jurídico:** las leyes se darán a conocer y se explicarán partiendo de los principios de carácter ideológico, político y económico de donde se desprendieron y los criterios del mismo tipo que rigen su aplicación. Se abrirá el debate para analizar la aplicación de la justicia, el burocratismo, la corrupción u honestidad en el Poder Judicial, Ejecutivo y Legislativo; se harán análisis históricos para evidenciar quienes se han beneficiado y quienes han salido perjudicados en el actuar de los sistemas de aplicación de la justicia; se darán orientaciones de tipo asesoría jurídica práctica para que los ciudadanos puedan encaminar problemas cotidianos de orden legal (asuntos laborales, divorcios, pensiones, derechos humanos, etc.). Estos espacios se tornarán amenos e interesantes con la participación de juristas expertos y referencias de ciudadanos perjudicados o beneficiados con la impartición de la justicia. Pueden participar las Escuelas de Derecho, Servicio Social y otras.



**Los Noticieros:** El objetivo mediato será lograr que sean los propios corresponsales comunitarios quienes desde el seno de sus comunidades, pueblos, cantones, barrios, colonias, etc. sirvan la información acompañada de diversos enfoques que pudieran tener los sectores o personas directa o indirectamente involucrados en los acontecimientos. En la fase inicial se ganará credibilidad, aceptación y simpatía sirviendo información local, nacional e internacional amplia y proveniente de diferentes enfoques del problema. Será analizada y criticada por especialistas en los diversos campos que tengan relación con los hechos más sobresalientes y de mayor repercusión social. Los sucesos no se presentarán como hechos aislados sino vinculados con sus antecedentes y consecuentes dentro del contexto social.

**Programas de denuncia, debate, diálogo, análisis y crítica:** se propone abrir estos espacios con la finalidad de que cualquiera ciudadano organizado o en forma particular pueda utilizar el micrófono para expresarse sin ninguna censura. Y a la vez vayan accediendo y aprendiendo a utilizar la radio como medio de expresión y de participación.

**Programas musicales:** serán espacios para fortalecer el gusto por la música nacional, se enseñará a sentir orgullo por ella, se darán a conocer autores, compositores e intérpretes nacionales.

**Programas para la juventud:** deberán promover el debate entre jóvenes sobre asuntos públicos y de interés social en general; problemas propios de la juventud. Serán amenizados por los mismos jóvenes con toda la riqueza de su creatividad e ingenio, además con actuación, canto, declamación, oratoria, etc. Aquí podrán proyectarse y hacer un excelente trabajo las asociaciones de estudiantes universitarios.

**Programas para niños:** incentivarán el pensamiento crítico y analítico del niño, lo invitarán a la observación de la naturaleza y a reflexionar sobre el comportamiento del hombre adulto respecto a: la explotación de los recursos naturales, sus relaciones sociales, sus actitudes, comportamientos y decisiones ante enfermedades y vicios. Se le plantearán al niño problemas sencillos de orden nacional y mundial para que reflexione sobre el origen, causas y efectos de los mismos. Se le enseñará a apreciar tradiciones, costumbres, labores, expresiones artísticas y riquezas naturales

de su comunidad. Las personas de mayor edad de la comunidad podrán amenizar estos espacios contando historias, leyendas, anécdotas. La música será música infantil nacional latinoamericana e internacional con mensajes formativos que refuercen los objetivos y contenidos del programa. Para mantener la atención y el interés de los niños se usará un lenguaje ameno, sencillo y los mensajes se remarcarán y se harán más llamativos usando efectos especiales, mezclas y otros recursos de la nueva ingeniería del sonido.

**Espacios para avisos y mensajes:** serán espacios donde los ciudadanos encuentren formas efectivas, fáciles y gratuitas para comunicarse de un lugar a otro. De esta manera se conseguirá una participación más directa de los habitantes de distintas poblaciones y comunidades a donde llega la señal de la radio.

**Programas culturales:** Unos de sus objetivos será el fortalecimiento de la identidad nacional. Sus contenidos abarcarán amplia gama de manifestaciones culturales y artísticas: costumbres, tradiciones, artesanías, vestido, folklore, música, danza, abarcando además aspectos históricos, geográficos, étnicos, biográficos y literarios.

**Programas para la mujer:** debe abordar temas relacionados con la mujer pero también con asuntos públicos, políticos y de interés social. Aquí se abrirá el debate, la crítica, el análisis. Se propone hacer atractivos estos programas haciendo participar a las mujeres más sobresalientes de la comunidad por su especialidad en algún quehacer o por su sabiduría natural.

## **ORGANIZACION INTERNA Y FINANCIAMIENTO**

Se propone que la organización interna de las radiodifusoras universitarias estén bajo la responsabilidad de instancias colectivas flexibles para que siempre vayan asumiendo responsabilidades y cargas de trabajo elementos comprometidos con los principios de las universidades, con los principios de los proyectos comunicativos y con sus propios principios. En lo particular cada universidad deberá fijar sus líneas de mando y conducción.

La inversión inicial podría ser considerada muy alta para una universidad democrática interesada en un proyecto radiofónico

del tipo que se propone, pero en contraposición a ésto, los gastos por operatividad y mantenimiento de la estación, así como la producción de materiales, pueden ajustarse a modestos presupuestos mensuales y apoyarse en la inventiva de quienes trabajen en el proyecto. Estos presupuestos pueden fortalecerse con aportes y contribuciones provenientes de quienes usen y se beneficien con los servicios de la radio (partidos políticos, sindicatos, asociaciones, etc.). El pueblo siempre paga un servicio que le beneficia.

## **RADIO UNIVERSIDAD PUEBLO-XEUAG-DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUERRERO: Un Intento de Comunicación Popular (ESTUDIO DE CASO)**

El proyecto radiofónico Radio Universidad Pueblo-XEUAG- fue concebido, planeado, programado y ejecutado en la Universidad Autónoma de Guerrero, y responde a la perspectiva institucional de una universidad crítica, surgida de un movimiento popular muy trascendente que se dio en el Estado de Guerrero, México, en 1968. Por sus orígenes, la Universidad Autónoma de Guerrero - UAG- es una universidad que ha mantenido una estrecha relación con el pueblo al que sirve y, desde sus inicios, rompió con el modelo cultural -científico-educativo de la universidad conservadora y se definió con criterios vanguardistas del modelo Universidad Pueblo. Y a estos principios ha tratado de hacer responder sus proyectos de acción para llevar a cabo sus funciones sustantivas de docencia, investigación y extensión.

En esta perspectiva la UAG ha revalorado el orden de prioridades de sus funciones sustantivas y persigue que la formación del educando sea el resultado de una práctica educativa donde las acciones de aprendizaje-investigación-extensión se den de manera integrada.

En la UAG la extensión universitaria, por ejemplo, no se concibe como un fin por sí misma, sino como un medio que le permite a la universidad llegar a la realidad de su contexto social y, a la vez, incidir en esa realidad con el resultado de su actividad académica, "...para asumir y cumplir el compromiso universitario de participar en el proceso social de creación de la cultura, liberación y transformación de la sociedad global." <sup>(46)</sup>

Es decir que aquí la extensión debe promover y facilitar el debate y despertar una conciencia crítica, tanto en los universitarios

como en todos los sectores sociales que se contactan. De esa forma se detectan y se conocen los diversos problemas que frenan el progreso social y surgen líneas de investigación para que, en base a los resultados de éstas, se propongan soluciones y estrategias a seguir para la solución de dicha problemática. Producto de esta concepción es el proyecto radiofónico Radio Universidad Pueblo, que no se da de manera aislada ni espontánea, sino que es producto de una perspectiva institucional muy clara. Radio Universidad Pueblo es parte de un gran proyecto de extensión que surge a raíz de haberse detectado y conocido el problema comunicacional que vive el Estado de Guerrero. <sup>(47)</sup>

Esta universidad, como su nombre lo dice, está al servicio del pueblo del Estado de Guerrero y atiende a una población aproximada de 50 mil estudiantes a través de sus 69 escuelas y facultades ubicadas en diversos puntos estratégicos del territorio guerrerense.

El Estado de Guerrero tiene una extensión territorial de 64,468 kilómetros cuadrados. La orografía de este estado mexicano es compleja e intrincada por las serranías, montañas y cerros que conforman su superficie. Esto hace que Guerrero esté considerado en México como uno de los estados de más difícil acceso y, por consiguiente, con problemas de comunicación. Guerrero es también uno de los estados más pobres, con una población aproximada de 3 millones de habitantes, en su mayoría de población rural. Su población económicamente activa se dedica en mayor porcentaje a la agricultura, y vive problemas de tenencia y propiedad de la tierra, producción y productividad agrícolas, desempleo, explotación de mano de obra, y, a causa de su dispersión geográfica, la diversidad de lenguas y de factores políticos, económicos, sociales y culturales acusa también un alto índice de analfabetismo. Guerrero vive además problemas de comunicación en materia de transporte terrestre y aéreo, telefónico, y los medios informativos locales y nacionales, a excepción de la televisión, escasamente cubren a las poblaciones de las ciudades más importantes de Guerrero como son: Acapulco, Chilpancingo, Iguala, Zihuatanejo y Taxco. En estos lugares también se concentran otros sistemas de comunicación como: mayor número de teléfonos, transporte terrestre, aéreo (aeropuertos), etc., y más oportunidades de educación.

Todos estos factores hacen que sólo una cuarta parte del Estado de Guerrero presente un perfil comunicativo de alguna importancia y que las otras tres cuartas partes tengan problemas de comunicación.

Tomando en cuenta todos estos factores que están contenidos en un diagnóstico comunicacional del Estado de Guerrero (48) y tratando de concretar sus principios y tareas prioritarias, la Universidad Autónoma de Guerrero -UAG- concibe su proyecto comunicativo Radio Universidad Pueblo -XEUAG- como un instrumento de vinculación popular y una posibilidad para que el pueblo se exteriorice, se comunique, se reconozca e impulse un proyecto comunicativo diferente al proyecto comunicacional impuesto.

#### **4 AÑOS DE TRAMITES Y GESTIONES PARA OBTENER UNA FRECUENCIA**

La historia de Radio Universidad Pueblo -XEUAG- registra varios momentos que fueron decisivos para su existencia. Podríamos señalar como un primer momento un período de cuatro años, durante el cual la Universidad Autónoma de Guerrero -UAG- inicia y agota los trámites y gestiones legales ante las instancias gubernamentales mexicanas correspondientes para obtener la concesión de una frecuencia para operar una radio cultural en Chilpancingo, capital del Estado de Guerrero, lugar donde está la Rectoría de la UAG.

Este primer momento se inicia en el período rectoril 1978-81, cuando fungía como Rector el Dr. Rosalío Wences Reza. Durante estos años se realizaron muchas gestiones ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes -SCT- y otras instancias de gobierno pero éstas no obtuvieron respuesta.

El 4 de mayo de 1981 se inició en la UAG un nuevo período rectoril, asumió el cargo el Lic. José Enrique González Rufz, quien en su mismo discurso de toma de posesión pidió públicamente a las autoridades el permiso para poder operar legalmente la radiodifusora cultural de la UAG. Esta solicitud verbal se hizo también por escrito ante las autoridades estatales y federales. A lo largo de todo aquel año y principios del 82 las autoridades de la UAG continuaron insistentemente las gestiones para obtener el



El Rector de la Universidad Autónoma de Guerrero, Enrique González Ruíz, en una de las manifestaciones populares de apoyo a Radio Universidad Pueblo

permiso pero el gobierno mexicano prosiguió con su política de silencio e evasivas.

Fue hasta después de cuatro años, el 7 de abril de 1982, cuando el gobierno mexicano respondió a la solicitud de la UAG, a través del Director General de Telecomunicaciones, en aquel entonces el Ing. Clemente Pérez Correa. La respuesta del funcionario fue muy escueta: "Una vez realizados los estudios técnicos que el caso ameritaba, éstos nos mostraron la imposibilidad de poder asignar frecuencia alguna a esa universidad, por virtud de la saturación tan grande que existe en la zona, por lo que no es posible satisfacer sus deseos." (49)

La respuesta oficial contradecía los estudios técnicos que habían hecho los ingenieros en electrónica de la UAG, los cuales reflejaban que en 100 kilómetros a la redonda de la ciudad de Chilpancingo solamente transmitían, en ese entonces, dos radiodifusoras comerciales: la XELI en Chilpancingo y la XEPI en Tixtla (municipio de Guerrero situado a 20 kilómetros de Chilpancingo) y que existían siete canales libres para ser operados en todo el Estado de Guerrero. (50)

La UAG, argumentando éstas y muchas otras razones técnicas y legales, insistió en su demanda y exigió que el funcionario de telecomunicaciones ampliara y fundara más su respuesta. A tal exigencia el funcionario respondió diciendo: "No es posible, pues se trata de razones confidenciales." (51)

Agotadas todas las gestiones legales a lo largo de cuatro años, la UAG decidió iniciar un segundo momento de mayor trascendencia para el proyecto radiofónico: el inicio de transmisiones.

## **RECURRE LA UAG AL JUICIO DE GARANTIAS**

La negativa de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes a otorgar el permiso (que fuera comunicada por el Ing. Clemente Pérez Correa, titular de Telecomunicaciones), a criterio de la UAG, violaba los artículos 14 y 16 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. El artículo 14 establece, entre otros considerandos, que nadie puede ser privado de sus derechos sino mediante juicio seguido en los tribunales



previamente establecidos; en el artículo 16 se señala que ninguna persona puede ser molestada sino en virtud de mandamiento escrito, que funde y motive la causa legal del procedimiento. La decisión de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, argumentaba la UAG la priva de sus derechos, sin fundamento ni motivo alguno. <sup>(52)</sup>.

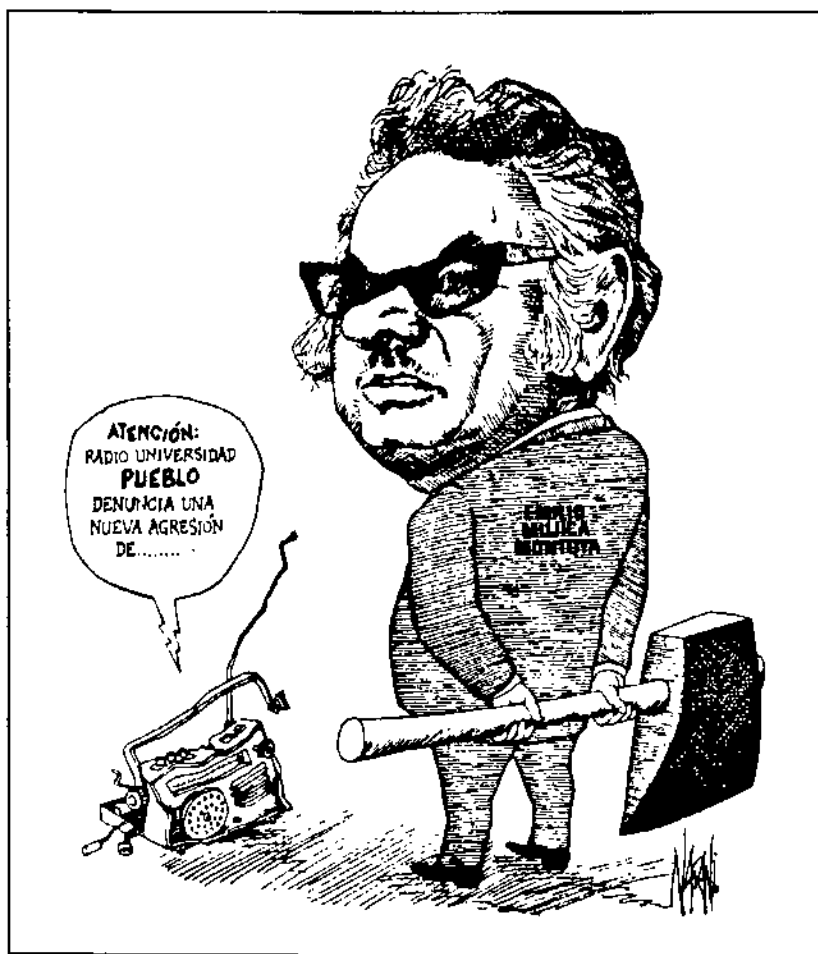
En defensa de sus intereses y considerándose una institución de utilidad pública, no lucrativa, la UAG no tuvo otra salida que acudir al juicio de Garantías. (Se trata de un recurso legal en contra de actos de abuso de autoridad. Se dirige contra actos de autoridades. Se le conoce como Recurso de Amparo. La Ley Federal de Amparo (México, Editorial Porrúa. 1992, p.35) señala que el juicio de garantías procede: 1) contra leyes o actos de autoridad que violen las garantías individuales. 2) Contra leyes o actos de la autoridad federal que vulnere o restrinja la soberanía de los estados y 3) Contra leyes o actos de las autoridades de los estados que invadan la esfera de la autoridad federal.). Se abrió así, el histórico Proceso 337/82. Una vez interpuesto el amparo, la UAG inició sus transmisiones de prueba el 4 de mayo de 1,982, desde Chilpancingo, capital del Estado de Guerrero. La nueva emisora contaba con un transmisor de 1,000 watts de potencia y entró a operar la frecuencia de 880 kilohertz, en la banda de amplitud modulada. Se identificó con las siglas XEUAG y con el nombre de Universidad Pueblo.

"Recurrir al juicio de garantías es un hecho tan novedoso como salir al aire sin permiso legal. La estrategia diseñada por el Rector de la UAG, licenciado José Enrique González Ruíz, abre una opción que trasciende los límites de la propia universidad y del Estado de Guerrero, pues nunca antes se había dado una batalla jurídica como la que se inicia ahora por conquistar una radio cultural universitaria." <sup>(53)</sup> Aunque para entonces, la Universidad Autónoma de Puebla llevaba 15 años de estar solicitando una frecuencia sin tener respuesta favorable, y en igual situación se encontraba la Universidad Autónoma de Zacatecas.

## **SE INICIA LA INTERFERENCIA PIRATA CONTRA XEUAG**

Radio Universidad Pueblo empezó a transmitir sin autorización con una barra programática integrada por espacios culturales, informativos y de entretenimiento y en horario

discontinuo. Desde sus primeras transmisiones se buscó despertar el interés en los sectores populares para que participaran activamente en el uso de la radio. Esta participación popular tenía la mayor incidencia en los programas musicales y menor, aunque significativa, en los espacios informativos.



Esta caricatura publicada en una revista de mucha circulación se refiere a la agresión a Radio Universidad Pueblo por parte de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

El 4 de junio, un mes después del inicio de transmisiones, la señal de XEUAG fue bloqueada por una interferencia "pirata". Esta situación obligó a los universitarios a ampliar el horario de transmisiones -de las 6:00 a las 24:00 horas- y se empezaron a buscar estrategias para evadir la interferencia. Una de ellas fue el desplazamiento continuo a lo largo del cuadrante mediante el cambio de frecuencia. <sup>(54)</sup>

Esta guerra radiofónica y el surgimiento de una radio diferente a la que la gente estaba acostumbrada a escuchar, despertó gran interés entre los habitantes de Chilpancingo y lugares circunvecinos. "La gente se mantenía atenta a los mensajes de la voz universitaria y aprendieron a afinar la sintonía en sus receptores de modo que se debilitara la señal "pirata" y entrara con más fuerza y claridad la señal de nuestra emisora universitaria; aprendieron también a buscarla en cualquier punto del cuadrante, aunque sólo fuera para confirmar que la radiodifusora seguía al aire. Poco a poco la gente también aprendió a usar la radio para transmitir sus mensajes." <sup>(55)</sup>

El cambio de frecuencias y el desplazamiento por el cuadrante, permitió evadir la interferencia pero sólo transitoriamente y la persecución que se desató en el cuadrante impidió realizar un trabajo sistemático. En aquel momento la función de la radio se circunscribía a denunciar lo que estaba pasando y a organizar a los universitarios y sectores populares para defender aquel espacio radiofónico. En un día de transmisiones, se llegaba a hacer hasta 50 cambios de frecuencia. En estas circunstancias se trabajó hasta el 15 de diciembre de 1982.

"Resistir hasta vencer" fue la consigna que animó la voluntad de los universitarios y al pueblo guerrerense por conquistar un espacio para la comunicación popular.

## **TALLERES DE PRODUCCION EXPERIMENTAL**

Radio Universidad Pueblo se construyó con los más mínimos e indispensables recursos. Sus transmisores fueron contruidos por un grupo de ingenieros mexicanos utilizando, entre otras cosas, latas de botes para embazar manteca y conservas. El personal de base también se tuvo que hacer, así como una

incipiente red de colaboradores. Para formar al personal se organizaron los Talleres Populares de Producción Experimental (TPPE), cuyo objetivo era entrenar productores de radio con la capacitación y sensibilidad suficientes para vincular al pueblo con su emisora. Los TPPE funcionaban en la ciudad de Chilpancingo, y se contaba con la asesoría de profesionales en la materia, que solidariamente impartían las clases los fines de semana. Se dieron cursos de locución, redacción, elaboración de guiones radiofónicos y técnicas básicas de investigación.

Como producto de estos talleres surgió el semanario **Al Aire**, que se convirtió en el órgano informativo y de discusión de XEUAG. **Al Aire** recogía las discusiones sobre las funciones que debía tener la radio, ofrecía artículos sobre Ciencias de la Comunicación y Periodismo para reforzar la formación recibida en los TPPE, se utilizaba además para denunciar las violaciones a la libertad de expresión en general, no sólo el bloqueo a XEUAG, y hacía llegar la voz de la emisora universitaria a donde no llegaban sus ondas hertzianas.

“Los universitarios guerrerenses (autoridades, trabajadores académicos y administrativos y estudiantes) estamos convencidos que los espacios comunicacionales democráticos sólo se pueden conquistar y mantener como resultado de una movilización que tenga alcance nacional, y en este sentido **Al Aire** es un intento por incidir en el desarrollo de una corriente crítica en el campo de la comunicación a nivel nacional.”<sup>(56)</sup> La publicación se distribuía masivamente en el Estado de Guerrero, y a nivel nacional se hacía llegar a las Escuelas de Comunicación y a trabajadores de los medios de todo México. Por su concepción abierta, **Al Aire** logró concitar una participación plural en sus páginas.

Publicaciones como ésta y una actividad de denuncia permanente en contra de la interferencia que impedía el pleno desarrollo del proyecto Radio Universidad Pueblo, despertaron un respaldo importante a nivel nacional para XEUAG por parte de organizaciones, medios de información, periodistas, intelectuales democráticos.<sup>(57)</sup>

## **PRIMER FORO NACIONAL EN DEFENSA DE LA LIBERTAD DE EXPRESION Y POR LA COMUNICACION POPULAR**

La defensa de XEUAG Radio Universidad Pueblo se apoyó también con la realización del **Primer Foro Nacional en Defensa de la Libertad de Expresión y por la Comunicación Popular**, el cual tuvo lugar en Acapulco, Guerrero del 22 al 24 de noviembre de aquel año de lucha, 1982.

El marco que fundamentó la realización del primer foro sobre comunicación fue la interferencia contra Radio Universidad Pueblo y otras violaciones a la libertad de expresión que se estaban dando en aquellos momentos como eran las agresiones al Centro Nacional de Comunicación Social (CENCOS), a la Revista Proceso, a los Chidos de CLETA (grupo de teatro crítico); la suspensión del programa radiofónico Opinión Pública, del periodista Francisco Huerta, y la negativa de otorgar permiso para operar radios culturales a las universidades de Puebla y Zacatecas. <sup>(58)</sup>

"En este foro, que aglutinó a más de 250 organizaciones mexicanas, se manifestó la decisión de las fuerzas democráticas de coordinar la acción de los medios alternativos para luchar por conquistar nuevos espacios de comunicación para los sectores marginados y para defender los pocos existentes. Fueron muchas las organizaciones de prensa, culturales, sociales, sindicales y políticas que se expresaron y exigieron más espacios democráticos para la expresión de los sectores sin voz." <sup>(59)</sup>

Así, este **Primer Foro Nacional en Defensa de la Libertad de Expresión y por la Comunicación Popular**, marcó un hito en la historia de la comunicación en México como fue la aparición de un poder emergente que ya no podía ser desconocido y que exigía en el país otro orden informativo y una verdadera práctica de la libertad de expresión. Y para la defensa y consolidación de XEUAG fue un evento de muchísima importancia, pues la emisora guerrerense recibió reconocimiento y respaldo de las 250 organizaciones participantes de todo el país. La lucha por XEUAG trascendió así a nivel nacional.



Resulta asombroso cómo el Ing Eduardo Villaseñor Mercado, utilizando materiales de desecho, construyó el transmisor y otras partes del equipo de Radio Universidad Pueblo.



Director y propulsor de Radio Universidad Pueblo, Luis del Toro Najera, en una transmisión de prueba en la Operación Bucanero.

## OPERACION BUCANERO

"El 15 de diciembre de 1982 se inició la primera fase de la Operación Bucanero. La Operación Bucanero fue una estrategia que se concibió con el fin de burlar la interferencia "pirata" que bloqueaba la señal XEUAG. Esta consistía en realizar una doble transmisión desde la ciudad de Chilpancingo, utilizando dos frecuencias, la 880 y la 1180 kilohertz. Para ésto nos vimos en la necesidad de construir otro transmisor más pequeño que el "Águila I" de 1,000 watts que era con el que operábamos. Este transmisor pequeño fue bautizado con el nombre de "Bucanero" porque sería el encargado de atacar al "pirata". Se hizo de 100 watts de potencia, de 30 kilogramos de peso, con una movilidad media y de tipo portátil. El "Bucanero" nos sirvió para enviar la señal en dos frecuencias y para hacer más rápidamente los cambios." <sup>(60)</sup>

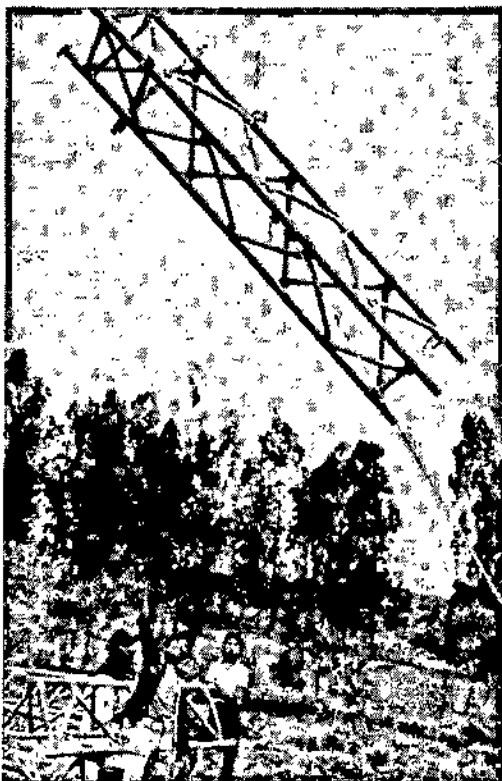
"Cuando logramos mantener por más tiempo la señal de XEUAG en el aire, el auditorio se amplió considerablemente. Recuerdo que cuando hacíamos los recorridos de medición, en casi todas las casas de Chilpancingo y lugares aledaños se oía Radio Universidad Pueblo. Y la gente empezó a comunicarse por teléfono a la cabina de transmisión para enviar saludos, para solidarizarse con la emisora y para decirnos de dónde podía salir la interferencia "pirata". Llamaban también para denunciar irregularidades en la vida de sus colonias, barrios o pueblos. Cuando los "piratas" detectaron la importancia del teléfono en el proceso de participación del pueblo con la emisora, lo cortaron. Todos los días íbamos a hacer la reclamación a Teléfonos de México, pero nos salieron con que el teléfono no existía." <sup>(61)</sup>

En un afán por abrir espacios y despertar el interés de la población por la radiodifusora, se organizaron programas infantiles dirigidos por niños. Para su selección se realizan concursos entre las colonias y asistía gran número de niños.

También se lanzó al aire el programa "Sábados de la Juventud", programa artístico-cultural donde participaban los nuevos valores populares. Ante el impacto e interés que despertaron estos espacios, las radios locales fueron incorporando a su programación series similares.



Sergio Ocampo Arista, uno de los pioneros de RUP en la transmisión de un noticiero. Se puede observar el equipo obsoleto, pero que permitió dar voz al pueblo.



Trabajadores observan parte de la torre de la antena de Radio Universidad Pueblo. La antena fue montada con la participación del pueblo.



XEUAG pudo burlar la interferencia por espacio de mes y medio. A principios de 1983, entró en acción un segundo transmisor enemigo que se identificó con las siglas XEGRO, Radio Guerrero (radiodifusora oficial del gobierno del Estado). Esta entró al aire sin cubrir los trámites que establece la Ley Federal de Radio y Televisión de la República Mexicana y se le ubicó en la frecuencia 870 kilohertz, lo que constituía, a criterio de la UAG, una violación al ordenamiento jurídico porque afectaba derechos de terceros, en este caso de Radio Universidad Pueblo que transmitía en 880. De acuerdo a la Ley Federal de Radio y Televisión y a las normas técnicas emitidas por la propia Secretaría de Comunicaciones y Transportes, una nueva emisora local no puede invadir los canales adyacentes superior o inferior de una ya existente. La separación mínima debe de ser de 30 kilohertz arriba o abajo de la frecuencia ocupada.<sup>(62)</sup>

En esta situación, y tomando en cuenta que no se habían respetado los procedimientos legales concernientes al juicio de garantías, se dispuso iniciar la segunda fase de Operación Bucanero: pasar del cambio de frecuencia al de posición o lugar. Y así, sorpresivamente, el 17 de febrero (1983), la señal de XEUAG se escuchó en el Puerto de Acapulco. La unidad de radio móvil inició en ese lugar turístico un largo recorrido.

El equipo técnico de XEUAG se instaló en la Escuela de Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Guerrero en Acapulco. En este lugar casi todo el trabajo de la emisora fue realizado por estudiantes universitarios y colonos (los colonos son habitantes de las colonias populares de Acapulco, que siempre han mantenido relaciones estrechas de apoyo y colaboración mutuos con la UAG), con asesoría del personal de la radio. Al principio el horario de transmisiones era de 12 horas, y se dedicaba un 70 por ciento de ese tiempo a la emisión de música continua. El resto del tiempo lo ocupaban los informativos y la participación directa de los ciudadanos.

"La simpatía y solidaridad que despertó nuestra radio en Chilpancingo, las despertó también en Acapulco. La gente donó muchos discos y cassetes grabados, venían a la cabina a entregar su aporte y expresaban sus muestras de apoyo y solidaridad. Recibíamos la visita de niños, jóvenes, ancianos, familias enteras y todos hablaban. Había micrófono abierto para todos. Las visitas hubieran sido masivas de no haber sido por la falta de teléfono y

No miro, no oigo, no digo nada de lo que pasa en Radio Universidad Pueblo parecen decir las Secretarías (ministerios) de Gobernación y Comunicaciones y Transportes, y el consorcio Televisa, en relación a las gestiones de XEUAG por lograr reconocimiento y legalización, según el caricaturista.

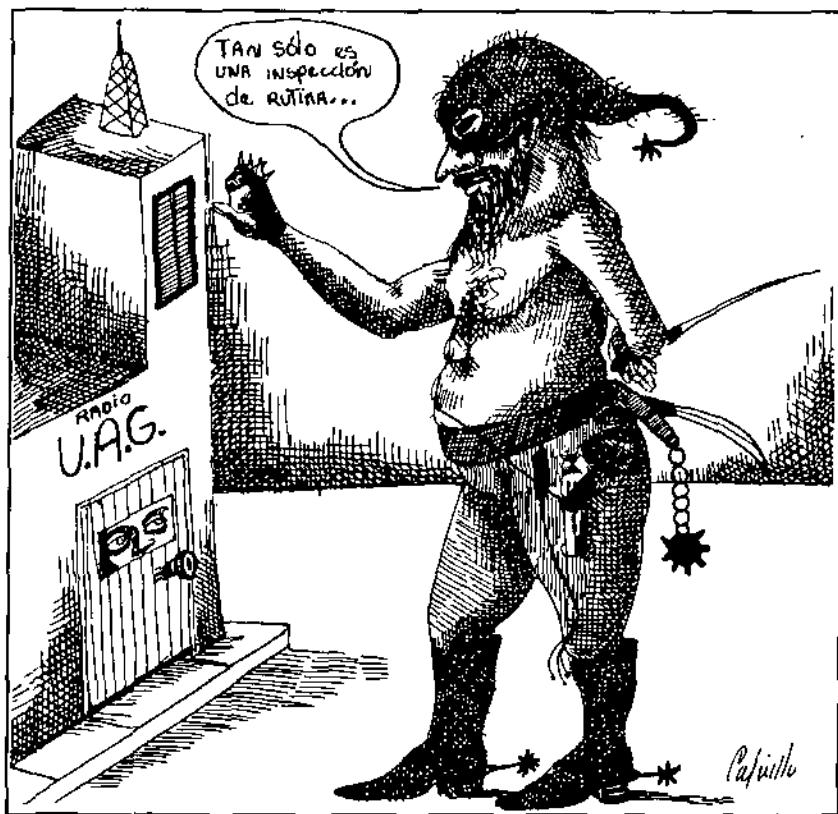


porque el lugar desde donde transmitíamos estaba un poco alejado.

"A pesar de estas muestras de apoyo consideramos que la respuesta del pueblo todavía no era sistemática y organizada y para completar el cuadro, a los seis días de estar transmitiendo, un 23 de febrero de ese mismo año, (1983) entró en Acapulco la interferencia "pirata", y empezó a interrumpir la señal de XEUAG. Al día siguiente un grupo armado rodeó las instalaciones e intentó amedrentar al personal. Este no era el primer incidente de ese tipo. Meses antes, el 30 de junio de 1982, la UAG había denunciado el secuestro y tortura de Lucio Coteró Vara, jefe de grabación de la radio y la destrucción de partes importantes de la antena, por parte de cuatro sujetos desconocidos. En Acapulco nunca estuvimos solos, ante las amenazas, miembros del Consejo General de Colonias Populares y compañeros estudiantes de la Federación Universitaria Guerrerense, organizaron guardias las 24 horas del día para protegernos a nosotros y a las instalaciones."<sup>(63)</sup> Este apoyo se logró gracias a la vinculación de la universidad con el pueblo.

En Acapulco se volvió a librar la lucha de frecuencias, con la ventaja de que a las nueve de la noche los piratas se retiraban del aire. Esto le permitió a XEUAG transmitir libremente las emisiones nocturnas, aunque a sabiendas de que el público era más reducido. El 28 de febrero XEUAG Radio Universidad Pueblo se retiró del aire en la zona de Acapulco para empezar a transmitir desde otro punto del Estado de Guerrero.

"La idea inicial de la Operación Bucanero era la de integrar brigadas de apoyo a Radio Universidad Pueblo, en todas las zonas por donde se desplazara. Esto era sólo una idea vaga porque todavía no medíamos las consecuencias que tendría la presencia de la radio en la vida de la comunidad. Esto lo empezamos a sentir en Acapulco, cuando anunciamos el forzado retiro de XEUAG de ese lugar, colonos y estudiantes se organizaron y solicitaron formalmente que la radio se quedara permanentemente en el puerto. Hubo una gran manifestación en apoyo a XEUAG y la gente pedía que se quedara la radio en Acapulco. Aquí comprobamos que el pueblo aprende fácilmente a usar el medio y lo reclama."<sup>(64)</sup>



Varias veces Radio Universidad Pueblo fue agredida por personas desconocidas, los hechos fueron interpretados por cartonistas, como lo expresa una de las caricaturas que fueron publicadas.

## LAS UNIDADES DE COMUNICACION POPULAR

La experiencia en Chilpancingo y Acapulco demostró que una radio universitaria (o de otra institución, pero con similares características) puede ser un **eslabón** de todo un sistema de comunicación popular, pues si bien, XEUAG, en circunstancias normales y libertad absoluta, pudo haber cubierto con su señal todo el Estado de Guerrero (64 mil 468 kilómetros cuadrados) con un transmisor de 10,000 watts de potencia, no hubiera satisfecho las necesidades comunicacionales a nivel local-comunitario, pues esta experiencia demostró que alcance y cobertura no bastan para dar profundidad al fenómeno comunicacional entendiendo éste como un proceso que exige un retorno, un intercambio múltiple de mensajes entre individuos y grupos, donde cada uno de los cuales asume el doble papel de emisor-receptor, se hace necesario implementar un sistema que haga posible la expresión popular a través de una participación organizada, sistemática y con clara conciencia de sus objetivos.

Ante esta evidencia, se diseñó a nivel de gabinete, un modelo técnico que pudiera dar respuesta a esa necesidad..." Tomando en cuenta las experiencias de los talleres populares de Producción Experimental, se pensó en la capacitación de los futuros comunicadores del pueblo y en la exigencia de que contaran con sus propios medios. Pero, para generar una verdadera participación, había que lograr algo más: una estrategia general que, además de involucrar a la comunidad, reflejara un profundo conocimiento de la misma. Esta preocupación hizo nacer las Unidades de Comunicación Popular (UCP) que funcionaron a nivel regional y estatal y con carácter autónomo y autogestionario. Aquí la unidad de radio móvil puso en marcha un programa participativo con el objetivo de despertar la necesidad latente de recuperar la voz social. Para esto pensamos en la necesidad de dejar la radio en manos de la comunidad, tanto tiempo como lo permitiera la interferencia que nos seguía por todos lados. Paralelamente a esto se organizaron tres cursos dirigidos al público en general, éstos eran: investigación comunitaria, producción radiofónica y locución."<sup>(65)</sup>

Para probar la factibilidad del proyecto se eligió la Ciudad de Altamirano, perteneciente al municipio de Pungarato, en la región de la Tierra Caliente de Guerrero. El 10 de marzo de 1983 entró la señal de XEUAG al aire en Altamirano.

Altamirano es una población de poco más de 20 mil habitantes, dispersos en docenas de rancherías. Es una zona eminentemente agrícola en la que se produce: maíz, ajonjolí, melón, jícama, frijol y calabaza. También hay ganadería en pequeña escala y una modesta industria de jabón. La actividad comercial se concentra sólo en la ciudad. La región se puede caracterizar como una zona de vida cara, muchos productos son traídos de lejos y ésto incide en la elevación de los precios.

Aunque en la localidad existían en ese entonces seis escuelas primarias, dos secundarias, dos escuelas técnicas, una escuela preparatoria y una escuela superior de Medicina y Veterinaria (estas dos últimas de la UAG), el índice de analfabetismo era superior al 5 por ciento. La ciudad prácticamente carecía de todos los servicios: agua potable, drenaje, alcantarillado y pavimentación. Tres centros de salud atendían la demanda de la población.<sup>(66)</sup> Los trabajos de instalación del equipo técnico de XEUAG en Ciudad Altamirano se iniciaron el 8 de marzo. El equipo de la radio se instaló en la Escuela Preparatoria No. 8, en una amplia sala originalmente destinada a usos bibliotecarios. Una vez iniciadas las transmisiones, este local se convirtió en un centro de reunión popular. "Cientos de personas desfilaban por la cabina para presenciar cómo se hacía una transmisión. Al principio la gente se acercaba curiosa, como temerosa y ninguno se atrevía a hablar por el micrófono."<sup>(67)</sup>

Gracias a un trabajo previo realizado por los universitarios de la Escuela Preparatoria y la Escuela Superior de Medicina Veterinaria, XEUAG contaba, cuando llegó a Altamirano, con una planta de 20 improvisados locutores. Todos eran de extracción campesina, aunque la mayoría estudiantes universitarios.

"A este grupo se le impartió un curso intensivo de locución y en pocos días los jóvenes aprendieron a leer un guión, a salirse del guión e improvisar el discurso. Algunos de ellos se destacaron como verdaderos animadores.

"Un núcleo más reducido, unas diez personas, se inscribió en los cursos de producción. Con ellos se integró el equipo inicial de investigadores en Altamirano. Además de recibir el entrenamiento, este equipo participaba como periodistas, redactaba información de diversos tipos. Su conocimiento de la

comunidad permitió orientar la función de la radio con un mayor contenido social.

"Junto a la cabina de transmisión se instaló una mesa de recepción con el objetivo de que todo mensaje de contenido social fuera objeto de una larga entrevista para su registro. El coordinador de la mesa de recepción tenía la responsabilidad de sistematizar la participación del emisor, para evitar que se perdiera. También se le invitaba a participar en el grupo de investigación, para que colaborara en el estudio del problema que había planteado y en las posibles soluciones. De esta manera se integraron tres equipos para atender problemas de salud, problemas urbanos y de educación. También se propusieron para su atención problemas de transporte, seguridad pública, deportes y producción agrícola. "Durante la permanencia de XEUAG en Altamirano se detectaron diferentes respuestas del público frente a la radio popular. La primera fue altamente festiva, la gente estaba contenta de tener una radio en su localidad. Por la cabina circulaban cientos de saludos de carácter personal, tantos que se guardaban en costales. Al principio se sintió que el contenido de las cartas que llegaban contrataban un poco con el carácter mismo de la radio, pero se entendió que ésta era una primera fase en el aprendizaje de la población para el uso de una radio. Y así fue, porque poco a poco se fueron incorporando mensajes de carácter social. Ya no era el saludo de una persona a otra, sino algún señalamiento en el que se involucraba a la comunidad. A través de la radio se daba a conocer la búsqueda de algún familiar, la localización de cabezas de ganado, la información sobre un festejo e incluso las defunciones.

"La cultura popular se manifestó a través de grupos artísticos que recogían las tradiciones de la región. No faltaron poetas, escritores, declamadores, paragrafistas, grupos musicales ni abuelos que, en función de historiadores, contaban las anécdotas de lo que ellos o sus propios abuelos habían vivido o presenciado. "En este proceso no hubo sistematización, las expresiones populares se manifestaban dispersas, heterogéneas y frecuentemente inconexas. En el grupo de investigación hubo mayores posibilidades de ordenar el trabajo. Por ejemplo, el equipo que atendía problemas de salud, asesorado por personal del Servicio Médico Universitario de la UAG, empezó a captar información para realizar un diagnóstico de salud de la población

de Ciudad Altamirano. Este diagnóstico permitió definir líneas de trabajo radiofónico en coordinación con las instituciones de salud existentes en la localidad. Se detectó que las enfermedades de mayor incidencia eran las de tipo gastrointestinal y las infectocontagiosas. En el caso de estas últimas, la Secretaría (Ministerio) de Salud y Asistencia Social realizaba campañas relativamente intensivas para abatir su incidencia. Las enfermedades gastrointestinales tenían ya un carácter crónico, siendo los cuadros más comunes los de amebiasis, salmonelosis y parasitosis múltiple, debido a que en Altamirano se carecía de agua potable. La situación era grave, ni en el centro de la ciudad ni en la periferia había servicio de agua potable y por lo mismo los esfuerzos del sector salud en el tratamiento de las enfermedades gastrointestinales resultaban insuficientes. El grupo de investigación logró establecer que solamente la clínica de la Secretaría de Salud y Asistencia, atendían más de 10 mil casos crónicos al año. Para resolver este grave problema se vio la necesidad de impulsar un programa de reforma urbana y así se propuso a través de la radio. XEUAG también se involucró en la organización y realización de acciones para darle tratamiento a los problemas de la comunidad.

"El presidente municipal (alcalde) de Altamirano, Tirso Castillo, negaba sistemáticamente que el ayuntamiento dispusiera de fondos para invertir en obras de infraestructura. Ante tal posición, los habitantes de las colonias Lindavista y Morelos, agrupados en la Unión de Colonos de Altamirano, organizaron el trabajo colectivo para llevar el agua hasta sus casas. El trabajo era voluntario y se realizaba los fines de semana. Los colonos se dieron cuenta del poder de convocatoria que tenía la radio y la usaban para invitar a la población a abrir zanjas, instalar hidrantes y a hacer otra serie de trabajos para tender la red de distribución del agua. De los avances de las obras también se informaba a la población a través de XEUAG." (68)

Como parte de las movilizaciones en defensa de XEUAG Radio Universidad Pueblo y en demanda del subsidio oficial para la Universidad Autónoma de Guerrero, el 17 de marzo (1983) se organizó una manifestación en Ciudad Altamirano. En ese acto la radio evidenció el rol que podía jugar en la vida de una comunidad. Asistieron grupos de campesinos de casi todas las comunidades circunvecinas, se presentaban en la cabina de la radio para



anunciar su presencia y expresar su apoyo.

"Según nos decía la gente, era la primera vez que se veía en Altamirano una manifestación de tal magnitud. Unas 4 mil personas marcharon por las principales calles de la ciudad. Este fue un proceso dinámico donde la población aprendió que una radiodifusora tiene múltiples usos como educar, organizar, informar y no sólo difundir música. Creo que la conciencia que cobró la gente sobre la utilidad social de la radio permitió que, a partir de la integración de las Unidades de Comunicación Popular, se impulsara una campaña para recaudar fondos para la compra de un equipo de radio de corto alcance, similar al "Bucanero", para servicio propio de Altamirano."<sup>(69)</sup>

El 27 de marzo de ese mismo año, llegó la interferencia "pirata" a Ciudad Altamirano. Esta vez, mientras el pirata hacía los ajustes a su equipo para montar la interferencia sobre la señal de XEUAG, la UAG convocó a los habitantes a una asamblea popular, a la cual asistieron campesinos, colonos y ejidatarios de la zona a expresar su apoyo y solidaridad en defensa de la radio. No obstante este respaldo popular, XEUAG se retiró de Ciudad Altamirano y se dirigió a Taxco de Alarcón.

El 30 de marzo (1983) la señal de la radio universitaria entró al aire en la ciudad de Taxco de Alarcón, otro municipio de Guerrero. La ciudad de Taxco es una ciudad turística donde el comercio de la plata y la minería ocupan un lugar importante. Al noreste limita con el Estado de Morelos y al sur con la ciudad de Iguala, Guerrero. Su población rebasaba en aquel año los 75 mil habitantes, y contaba con 12 escuelas primarias, 5 secundarias, 2 preparatorias, una Escuela de Enfermería (estas últimas de la UAG) y 4 jardines de niños.<sup>(70)</sup>

"La ciudad de Taxco nos ofrecía la posibilidad de entrar en contacto con el único sector obrero que existía en Guerrero: los mineros. A diferencia de Acapulco, en donde el Consejo General de Colonias Populares había desarrollado ya un vigoroso movimiento colono, en Taxco la organización de los mineros era incipiente."<sup>(71)</sup>

En Taxco la radiodifusora se instaló en la Escuela de Enfermería No. 4 de la UAG. Unos 40 jóvenes se interesaron por los cursos de capacitación radiofónica. Esta vez se incrementó la

intensidad de los cursos y fue necesario integrar dos grupos, uno matutino y otro vespertino. El grupo matutino organizaba el trabajo radiofónico de la tarde y viceversa. En cada turno se integraron cuatro equipos de cinco personas cada uno, cuyas funciones eran las de locución, producción, continuidad, mesa de recepción y coordinación. El horario de transmisión era de las 5:00 a las 24:00 horas y el contenido musical en buen porcentaje. (72)

Como quedó anotado, el 30 de marzo inició sus transmisiones en la ciudad de Taxco Radio Universidad Pueblo, pero no fue sino hasta el 8 de abril de ese mismo año cuando entró en contacto con los mineros del lugar. Este contacto se estableció de manera indirecta, como resultado de una campaña que realizó XEUAG para una distribución más adecuada del agua potable. "Resulta que durante la Semana Santa de aquel año, los trece hoteles que había entonces en la ciudad, consumían prácticamente todo el recurso y se dejaba sin servicio a las colonias periféricas. Para denunciar este problema se acercaron a la radio a las amas de casa y jefes de familia y de viva voz solicitaron la intervención de las autoridades municipales. Entre esos jefes de familia se presentaron varios trabajadores de la Industria Minera de México S.A., quienes se interesaron en el medio porque ellos estaban por revisar su contrato-colectivo de trabajo. A los pocos días después los mineros solicitaron formalmente el apoyo de la radio para dar a conocer su pliego-petitorio, lo que no podían hacer de manera directa pues eran sancionados por la empresa o el sindicato. Muchos de ellos se interesaron en participar en los talleres y contaban con todo detalle, durante horas enteras, muchos relatos sobre la vida en las minas. De esta forma nosotros conocimos de los tiros de sus niveles, casi como ellos." (73)

Como resultado de este taller se diseñó un plan de acción destinado a apoyar al sector minero. "Con el personal médico y paramédico de la Escuela de Enfermería No. 4 de la UAG, se preparó una serie radiofónica para orientar a los trabajadores sobre los síntomas, desarrollo y consecuencias de padecimientos muy propios de quienes viven en las minas como la silicosis, el reumatismo, la sordera, alteraciones cardiovasculares, artritis y ceguera." (74)

El mismo núcleo de mineros preparó y realizó una campaña radiofónica que abordó los temas de legislación obrera, conciencia

sindical e historia del movimiento obrero. Se dio amplia difusión también a su pliego petitorio.

Causó impacto entre los mineros que a través de un medio como la radio se hablara de esa forma tan abierta a los trabajadores y al pueblo. Según decían, sentían que la radio era su propia voz. Por razones de seguridad los mineros no participaban como locutores pero lo que se decía reproducía fielmente sus inquietudes y sus luchas. "A la hora del almuerzo, una vez que habían parado las máquinas, los obreros se congregaban en pequeños grupos para escuchar la radio que difundía sus mensajes. La radio se convirtió en su radio porque aunque de manera indirecta y sin que muchos lo supieran, el minero era el propio emisor." (75)

La Operación Bucanero se mantuvo en la ciudad de Taxco hasta el 15 de mayo (1983). "Por primera vez se permitió a XEUAG transmitir sin interferencia, aunque siempre bajo una estrecha vigilancia policíaca y la amenaza constante de los golpeadores del Comité Ejecutivo del Sindicato de Mineros Sección Veintisiete." (76)

## **UNA HUELGA DE HAMBRE EN APOYO DE XEUAG**

Paralelamente a la realización de Operación Bucanero, varios funcionarios, ingenieros técnicos, periodistas y locutores del personal de planta de XEUAG Radio Universidad Pueblo, así como una representación de las Unidades de Comunicación Popular (UCP) de Altamirano y Taxco, se trasladaron a la ciudad de México y, en la Escuela Normal Superior iniciaron una huelga de hambre el 25 de abril en demanda del permiso para operar la radio universitaria guerrerense y otra radio también democrática y popular como lo era la Radio del Ayuntamiento Popular de Juchitán, Oaxaca. La huelga de hambre se mantuvo 21 días, culminó el 17 de mayo (1983). Las autoridades mantuvieron firme su negativa de conceder el permiso, pero, la huelga de hambre, a través de la cobertura periodística, le dio trascendencia nacional al problema y despertó el apoyo de organizaciones de intelectuales, periodistas, trabajadores de la cultura y de los medios a nivel nacional. Estos sectores, conscientes de la situación privilegiada que han mantenido los monopolios radiofónicos para imponer su mensaje y de que mantienen en su poder casi la totalidad de las frecuencias

para fines comerciales, se sumaron a la lucha y expresaron públicamente su apoyo a Radio Universidad Puebla y a Radio Ayuntamiento Popular de Juchitán, Oaxaca. Fue así como Radio Universidad Pueblo de la UAG despertó el interés y el respaldo de sectores muy representativos de la sociedad mexicana y de algunas organizaciones relacionadas con los medios a nivel internacional como la Unión de Radios Libres del Mundo.

Intelectuales mexicanos como Miguel Angel Granados Chapa, Florence Taussaint, Heberto Castillo, José de Villa, Fernando Pineda Ménez y muchos otros, se sumaron a la lucha de la UAG por lograr el permiso para operar su radio cultural y escribieron valientes comentarios en diarios como "Uno más Uno", "El Universal", Revista Proceso, Revista Siempre y otros.

### **XEUAG REGRESO A CHILPANCINGO**

De Taxco, la Operación Bucanero se trasladó a la ciudad de Chilpancingo y empezó a transmitir desde el 20 de mayo (1983). Esta vez su señal ya no fue bloqueada por la interferencia. A partir de entonces se quedó transmitiendo y canalizando su actividad en dos grandes direcciones: una, consolidarse como proyecto comunicacional universitario en apoyo a la investigación, la docencia y la extensión; otra, abriendo caminos a la participación popular. En el primer caso la Universidad Autónoma de Guerrero dio pasos fundamentales como la consolidación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, necesaria para la formación de cuadros profesionales. En el segundo caso se organizaron los Talleres de Radio Popular (TRP), que eran parte de un sistema de capacitación y adiestramiento no escolarizado. Estos eran centros de creación colectiva en donde el pueblo aprendía a utilizar la palabra y el medio. En el modelo de las Unidades de Comunicación Popular éstos se insertaron como el alma del proyecto. Se pensaba que no podía haber comunicación popular sin la descentralización del medio, y sin la capacitación de quienes lo iban a utilizar. En este sentido, los TRP constituían la alternativa para la formación de cuadros dentro de los sectores populares. Se organizaron como cursos intensivos, donde se impartían distintos módulos: corresponsal popular, guión radiofónico, producción, operación técnica e investigación comunitaria. En cada módulo se entregaba al alumno un resumen de los contenidos que lo integraban, un cassette con la exposición del contenido de cada unidad y un

cuestionario, que el alumno debería responder. Los cursos estaban dirigidos a campesinos, obreros, amas de casa y, en general, a personas de escolaridad baja.<sup>(77)</sup>

Radio Universidad Pueblo siguió trabajando el resto de aquel año. Pero, en enero de 1984, la Secretaría de Educación Pública (SEP) quiso aniquilar la política democrática de la Universidad Autónoma de Guerrero y le suspendió el presupuesto anual. Los trabajadores se mantuvieron en sus puestos defendiendo sus centros de trabajo, pero pasaron todo el año 1984 sin cobrar sus salarios.

En enero de 1985, la Universidad Autónoma de Guerrero y la Secretaría de Educación Pública entablaron negociaciones. La SEP condicionó la entrega del presupuesto correspondiente al año 84 y del 85, entre otras exigencias al cierre definitivo de valiosos proyectos de extensión, entre ellos el de Radio Universidad Pueblo XEUAG (otros fueron: Bufetes Jurídicos Populares, Servicios Médicos Universitarios, Comedores Universitarios, Albergues para Estudiantes y varias escuelas preparatorias de municipios apartados). La UAG por su parte también hizo una serie de exigencias para mejorar sus instalaciones, equipos, recursos humanos y el desempeño de sus funciones sustantivas: docencia e investigación (la extensión estaba descartada). Las partes entraron en acuerdo y así se firmó el Convenio del 85, como se le conoció entre los universitarios.

En situación tan apremiante, la UAG se vio obligada a ceder y a renunciar a importantes proyectos de extensión y vinculación con el pueblo, para poder recobrar el presupuesto y poder pagar a sus trabajadores, quienes después de estar sin cobrar por espacio de 12 meses, estaban en la peor de sus crisis económicas. En esas circunstancias fue cerrada en su primera época Radio Universidad Pueblo, XEUAG.

La SEP incumplió varias cláusulas del Convenio del 85. Y al llegar a la Rectoría de la UAG el Ing. Ramón Reyes Carreto, consideró que si ésto era así, la UAG no tenía por qué seguir sacrificando algunos de sus más caros proyectos, entre ellos, el de XEUAG y decidió "desempolvarlo".

De esta forma, dos años más tarde, un 7 de junio (Día de la Libertad de Expresión en México) de 1987, se reiniciaron las

transmisiones de XEUAG. Esta vez con otras estrategias y con el nombre de Radio Universidad Autónoma de Guerrero. Se reiniciaron también las gestiones legales para obtener el permiso y el reconocimiento legal. Ya no hubo interferencia, pero tampoco solución y reconocimiento legales. XEUAG Radio UAG opera hasta la fecha en calidad de tolerada, pero opera, está al aire.

En esta Segunda Epoca se adoptó una política de pluralidad y participación muy amplia, que permite a todas las instancias ciudadanas y de gobierno hacer uso de la radio. Hoy, igual utiliza los micrófonos de XEUAG el Gobernador del Estado o cualquier otro funcionario de gobierno estatal o federal, que los partidos políticos de oposición, las organizaciones sindicales o de cualquier otra representación social o ciudadanos que, en lo particular tengan algo que decir. Lo dicen sin ninguna censura.

A nivel universitario, interno, lo mismo hace uso de la radio el rector y sus grupos partidarios, que los grupos de oposición, los sindicatos de trabajadores universitarios (STAUAG y STAISUAG), la Federación Estudiantil Universitaria Guerrerense (FEUG), o cualquier miembro de la comunidad universitaria en forma individual.

Para lograr esta participación hay programas especiales denominados "Tribuna Libre", que han demostrado (por la gran demanda de micrófono) la necesidad que tiene el pueblo de expresarse para hacer análisis, dialogar, denunciar, opinar, criticar, comentar, informar, anunciar o avisar.

La existencia de XEUAG ha tenido mucho que ver con su organización interna. Desde sus inicios ha sido administrada y defendida por un colectivo de trabajadores con coincidencias ideológicas y, por lo mismo, convencidos de que la radio tiene un importante papel social que cumplir y es un instrumento que coadyuva eficazmente a lograr una estrecha vinculación de la universidad con el pueblo.

Radio UAG es una experiencia real que sigue viva, no ha fracasado ni se ha doblegado a pesar de los obstáculos (políticos, legales, económicos, represivos) que ha encontrado en su trayectoria histórica. Lo único que, como ya quedó anotado, en esta segunda época fue necesario modificar la estrategia tomando muy en cuenta las experiencias aleccionadoras de las etapas iniciales. Por ejemplo, la postura radical de dejar participar en el

proyecto sólo a los sectores populares fue superada con la implantación de una política amplia de participación ciudadana, donde a todas las partes que intervienen en el proceso comunicativo se les reconoce valor e importancia. Pero no obstante estos cambios, los principios político-ideológicos que le dieron bases de sustentación al proyecto se mantienen y sobre estos principios se siguen fijando objetivos mediatos e inmediatos.

Mencionar y subrayar la supervivencia de este proyecto radiofónico es importante porque le resta el carácter utópico que muchos pudieran encontrar en esta propuesta. Demuestra que aún en contextos y circunstancias adversas, incluso de represión abierta, como sucedió en Guerrero y como sucedería seguramente en Guatemala, pueden consolidarse (con apoyo popular) acciones tendientes a crear los primeros eslabones de todo un sistema de comunicación popular, comunicación que se hace urgente y necesaria en las actuales circunstancias de la vida nacional.

Pero consideramos que sería incorrecto rematar este trabajo con conclusiones o recomendaciones concretas y directas (para Radio Universidad de la USAC, por ejemplo) porque más que esto la intención es hacer un llamado a la voluntad, a la acción de quienes, sabiéndose responsables del problema comunicacional de Guatemala y con posibilidades de hacer algo efectivo para superarlo, quieran tomar en cuenta estos apuntes y sacar sus propias conclusiones.

## REFERENCIAS

- (1) PASCUALI, Antonio: Comunicación y Cultura de Masas, Caracas, Edit. Monte Avila, 1964, p.29.
- (2) PRIETO CASTILLO, Daniel: Discurso Autoritario y Comunicación Alternativa, 2a. Ed., México, Edit. Premio, 1986, p. 52.
- (30) Ibid. p. 30
- (4) Ibid. p. 30
- (5) Ibid. p. 36
- (6) BELTRAN, Luis Ramiro y FOX DE CARDONA, Elizabeth: Comunicación Dominada, 2a. Ed., México, Edit. Nueva Imagen, S.A., 1981, p.27.
- (7) Ibid. p. 30
- (8) PAZ, Ida: Medios Masivos, Ideología y Propaganda Imperialista, 1a. Ed., La Habana, Unión de Escritores y Artistas de Cuba, 1977, p. 25
- (9) Ibid. p. 40
- (10) BELTRAN, Luis R. y FOX DE CARDONA, E.: obr. cit., pp. 13-14.
- (11) PRIETO CASTILLO, Daniel: obr. cit., p. 36
- (12) PAZ, Ida: obr. cit., p. 114
- (13) BELTRAN, Luis R. y FOX DE CARDONA, E.: obr. cit., p. 15
- (14) PAZ, Ida: obr. cit., pp. 40-41.



- (15) BELTRAN, Luis R. y FOX DE CARDONA, E.: obr. cit., p. 77
- (16) BERNAL SAHAGUN, Victor: Anatomía de la Publicidad en México, México, Edit. Nuestro Tiempo, 1976, p. 45.
- (17) ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa: Radio e Ideología, 3a. Ed., México, Edit. El Caballito, 1989, p. 45.
- (18) MEJIA BARQUERA, Fernando y Varios Autores: Televisa el Quinto Poder, 5a. Ed., México, Claves Latinoamericanas, S.A. de C.V., 1991. p. 11.
- (19) REBEIL CORELLA, María Antonieta; ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa; RODRIGUEZ ZARATE, Ignacio: Perfiles del Cuadrante. Experiencias de la Radio, 1a. Ed., México, Edit. Trillas, S.A. de C. V., 1989, p. 130.
- (20) PAZ, Ida: obr. cit., p. 86.
- (21) GONZALES LLACA, Edmundo. Teoría y Práctica de la Propaganda, México, Edit. Grijalbo, 1981, p. 69.
- (22) Ibid. p. 90.
- (23) PLOMAN, W. Edward, Satelites de Comunicación, México, Edit. G. Gili, S.A., 1985, p. 74.
- (24) Ibid. p. 74.
- (25) Ibid. p. 74.
- (26) PAZ, Ida: obr. cit., p. 39.
- (27) ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa: obr. cit., p. 77
- (28) PLOMAN, W. Edward: obr. cit., p. 188.
- (29) Ibid. p. 182.
- (30) HACHTEN, William A.: El Prisma Mundial de las Noticias, 1a. Ed. en Español, México, Edit. Prisma, 1989, p. 86.

- (31) PLOMAN, W. Edward: obr. cit., p. 189.
- (32) Ibid. p. 189.
- (33) HACHTEN, William A.: obr. cit., p. 136.
- (34) Ibid. p. 138.
- (35) GODED, Jaime: Lecturas Universitarias. Antología Sobre Comunicación Humana, México, UNAM, 1976, p. 13.
- (36) PRAKKE, H. y DROGUE, F. W.: Comunicación Social. Introducción a la Publicística Funcional, España, Akal Editor, 1977, p. 86.
- (37) PRONIN IVANOVICH, Eugenio: Las Bases Marxistas-Leninistas de la Teoría del Periodismo, Cuba, Edit. Política, 1978, p. 40.
- (38) FREIRE, Paulo: La Pedagogía del Oprimido y ¿Extensión o Comunicación?, México, Edit. Siglo XXI, 1980 y 1979 respectivamente.
- (39) PRAKKE, H. y DROGUE, F. W.: obr. cit., p. 52.
- (40) Ibid. p. 64.
- (41) GONZALES CASANOVA, J. A.: Comunicación Humana y Comunicación Política, España, Edit. Tecnos, 1968, p. 115.
- (42) REBEIL CORELLA, M. A.; ALVA DE LA SELVA, A.R.; RODRIGUEZ ZARATE, I.: obr. cit., pp. 98-106.
- (43) Ibid. p. 272.
- (44) Revista UAG, de la Universidad Autónoma de Guerrero, Edición Especial, Chilpancingo, Guerrero, México, Talleres Gráficos de la Dirección de Publicaciones de la UAG, Abril/ Septiembre 1983, p. 25.
- (45) Ibid. p. 25.

- (46) BONILLA ROMERO, Rafael: Diseño Curricular, Chilpancingo, Guerrero, México. Talleres Gráficos de la Dirección de Publicaciones de la UAG, 1,988, pp. 41-42.
- (47) Parte de este proyecto fue también la creación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Guerrero.
- (48) Datos tomados del Diagnóstico Socio-Económico y Comunicacional del Estado de Guerrero elaborado por un equipo multidisciplinario de la UAG, publicado en Revista de la UAG, obr. cit. pp. 10-19.
- (49) DEL TORO Y NAJERA, Luis: Radio UAG, una Alternativa en Comunicación, artículo publicado en Doc. Esp. Proceso 337/82, Juicio Político contra Radio Universidad Pueblo, Serie: Resistir Hasta Vencer, Chilpancingo, Guerrero, México, Talleres Gráficos de la Dirección de Publicaciones de la UAG, noviembre 1983.
- (50) VILLASEÑOR MERCADO, Eduardo y SEVILLA ORTEGA, Artemio: Estudio para Determinar si algún Canal en la Banda de Radiodifusión de 535-1605 KHZ, es Utilizable para una Nueva Radiodifusora, Sita en Chilpancingo, Gro. Elaborado por miembros del cuerpo técnico de Radio Universidad Pueblo -XEUAG-, Archivo de Radio UAG, noviembre 1982.
- (51) PROCESO 337/82: obr. cit. p. 26.
- (52) Argumentación expuesta en: Texto de la Demanda de Amparo a XEUAG Radio Universidad Pueblo, Interpuesta por la UAG, 6 mayo 1982, archivo Dirección Asuntos Jurídicos de la Universidad Autónoma de Guerrero.
- (53) Fragmento de la Exposición del periodista Luis del Toro y Najera, Director de Radio Universidad Pueblo ante H. Consejo Universitario, sesión celebrada en Auditorio "Juan R. Escudero" de la UAG, Chilpancingo, Gro., grabación magnetofónica, Fonoteca de Radio UAG, Septiembre 1983.
- (54) DEL TORO Y NAJERA, Luis: artíc. cit.

- (55) Parte de la entrevista personal que la autora de este trabajo sostuvo con Ing. Eduardo Villaseñor Mercado, Director Técnico de Radio Universidad Pueblo y responsable de la Operación Bucanero, mayo 1992.
- (56) DEL TORO Y NAJERA, Luis: Operación Bucanero. Una Alternativa en Comunicación, artículo inédito, archivo Radio UAG, septiembre 1983.
- (57) Algunos pronunciamientos y artículos de opinión en defensa de Radio Universidad Pueblo -XEUAG- están contenidos en PROCESO 337/82: obr. cit.
- (58) Datos tomados del texto de la Convocatoria al Primer Foro en Defensa de la Libertad de Expresión e Información Popular, PROCESO 337/82: obr. cit. p. 121.
- (59) Exposición del Periodista Luis del Toro y Nájera, exp. cit.
- (60) Entrevista con Ing. Eduardo Villaseñor Mercado, entre. cit.
- (61) Parte de la entrevista personal que la autora de este trabajo sostuvo con Ing. Artemio Sevilla Ortega, Subdirector de Operaciones Técnicas de Radio Universidad Pueblo, mayo 1992.
- (62) DEL TORO Y NAJERA, Luis: art. inédito cit.
- (63) Entrevista con Ing. Eduardo Villaseñor Mercado, entr. cit.
- (64) Ibid.
- (65) DEL TORO Y NAJERA, Luis: art. inédito cit.
- (66) Ibid.
- (67) Entrevista con Ing. Artemio Sevilla Ortega, entr. cit.
- (68) DEL TORO Y NAJERA, Luis: art. inédito cit.
- (69) Entrevista con Ing. Eduardo Villaseñor Mercado, entr. cit.

- (70) Exposición del Periodista Luis del Toro y Nájera, exp. cit
- (71) Entrevista con Ing. Eduardo Villaseñor Mercado, entr. cit.
- (72) DEL TORO Y NAJERA, Luis: Art. inédito cit.
- (73) Entrevista con Ing. Eduardo Villaseñor Mercado, entr. cit.
- (74) DEL TORO Y NAJERA, Luis: Art. inédito cit.
- (75) Entrevista con Ing. Artemio Sevilla Ortega, entr. cit.
- (76) Ibid.
- (77) DEL TORO Y NAJERA, Luis: art. inédito cit.

## BIBLIOGRAFIA

ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa: Radio e Ideología, 3ª. Ed., México, Edit. El Caballito, 1989, p. 143.

BELTRAN, Luis Ramiro y FOX CARDONA, Elizabeth: Comunicación Dominada. Estados Unidos en los Medios de América Latina, México, Edit. Nueva Imagen, 1981, 176 pp.

BENITO, Angel: La Socialización del Poder de Informar, Madrid, Edit. Pirámide, S. A., 1978, 270 pp.

BERNAL SAHAGUN, Victor: Anatomía de la Publicidad en México, México, Edit. Nuestro Tiempo, 1976, 208 pp.

BONILLA ROMERO, Rafael: Diseño Curricular, Chilpancingo, Gro., México. Talleres Gráficos de la Dirección de Publicaciones, Universidad Autónoma de Guerrero, UAG, 1988, 112 pp.

FREIRE, Paulo: La Pedagogía del Oprimido y ¿Extensión o Comunicación?, México, Edit. Siglo XXI, 1980 y 1979 respectivamente.

GODED, Jaime: Lecturas Universitarias. Antología Sobre Comunicación Humana, México, UNAM, 1976, 275 pp.

GONZALES CASANOVA, J. A.: Comunicación Humana y Comunicación Política, España, Edit. Tecnos, 1968, 320 pp.

GONZALES LLACA, Edmundo, Teoría y Práctica de la Propaganda, México, Edit. Grijalbo, 1981, 200 pp.

GONZALEZ MANET, Enrique: Descolonización de la Información, Praga, Organización Internacional de Periodistas, OIP, 1979, 124 pp.

HACHTEN, William A.: El Prisma Mundial de las Noticias, 1a. Ed. en Español, México, Edit. Prisma, 1989, 208 pp.

MEJIA BARQUERA, Fernando y Varios Autores: Televisa el Quinto Poder, 5a. Ed., México, Claves Latinoamericanas, S. A. de C. V., 1991. 237 pp.

PASCUALI, Antonio: Comunicación y Cultura de Masas, Caracas, Edit. Monte Avila, 1964, 140 pp.

PAZ, Ida: Medios Masivos, Ideología y Propaganda Imperialista, 1a. Ed., La Habana, Unión de Escritores y Artistas de Cuba, 1977, 132 pp.

PLOMAN, W. Edward, Satelites de Comunicación, México, Edit. G. Gili, S. A., 1985, 221 pp.

PRAKKE, H. y DROGUE, F. W.: Comunicación Social. Introducción a la Publicística Funcional, España, Akal Editor, 1977, 215 pp.

PRIETO CASTILLO, Daniel: Discurso Autoritario y Comunicación Alternativa, 2a. Ed., México, Edit. Premia, 1986, 183 pp.

PRONIN IVANOVICH, Eugenio: Las Bases Marxistas-Leninistas de la Teoría del Periodismo, Cuba, Edit. Política, 1978, 70 pp.

REBEIL CORELLA, María Antonieta; ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa y RODRIGUEZ ZARATE, Ignacio: Perfiles del Cuadrante. Experiencias de la Radio, 1a. Ed., México, Edit. Trillas, S. A. de C. V., 1989, 314 pp.

## **DOCUMENTOS, REVISTAS, ENTREVISTAS Y OTROS**

PROCESO 337/82, Documento Especial, Serie: Resistir Hasta Vencer, Chilpancingo, Gro. México, Talleres Gráficos de la Dirección de Publicaciones de la UAG, Noviembre 1982, 120 pp. Revista UAG, de la Universidad Autónoma de Guerrero, Ed.

Espec., Chilpancingo, Gro. México, Talleres Gráficos de la Dirección de Publicaciones de la UAG, Abril/Septiembre 1983, 274 pp.

Diagnóstico Socio-Económico y Comunicacional del Estado de Guerrero elaborado por un equipo multidisciplinario de la Universidad Autónoma de Guerrero, en Revista UAG, obr. cit.  
VILLASEÑOR MERCADO, Eduardo y SEVILLA ORTEGA, Artemio: Estudio para Determinar si algún Canal en la Banda de Radiodifusión de 535-1605 KHZ, es Utilizable para una Nueva Radiodifusora, Sita en Chilpancingo, Gro. elaborado por miembros del cuerpo técnico de Radio Universidad Pueblo -XEUAG-, Archivo de Radio UAG, Nov. 1982.

Texto de la Demanda de Amparo a XEUAG Radio Universidad Pueblo, interpuesta por la Universidad Autónoma de Guerrero, el 6 mayo 1982, Archivo Dirección Asuntos Jurídicos de la UAG.  
Texto de la Convocatoria al Primer Foro en Defensa de la Libertad de Expresión e Información Popular, en PROCESO 337/82: obr. cit.

DEL TORO Y NAJERA, Luis: Radio UAG, una Alternativa en Comunicación, artículo publicado en Proceso 337/82, obr. cit.  
DEL TORO Y NAJERA, Luis: Operación Bucanero. Una Alternativa en Comunicación, artículo inédito, archivo Radio UAG, septiembre 1983

Barras Programáticas de algunas Radios Universitarias.

Exposición del periodista Luis del Toro y Nájera, Director de Radio Universidad Pueblo ante H. Consejo Universitario de la UAG, sesión en Auditorio "Juan R. Escudero" de la UAG, Chilpancingo, Gro., grabación magnetofónica, Fonoteca de Radio UAG, Septiembre 1983.

Entrevista con Ing. Eduardo Villaseñor Mercado, Director Técnico de Radio Universitaria Pueblo y responsable de la Operación Bucanero, mayo 1992.

Entrevista con Ing. Artemio Sevilla Ortega, Subdirector Técnico de Radio Universidad Pueblo, Mayo 1992.



Esta Tesis se Imprimió en:

**F**OTO  
**P**UBLICACIONES  
LITOGRAFIA e IMPRENTA  
20 Av. 2-83, Zona 1 - Tel.: 51 02 86