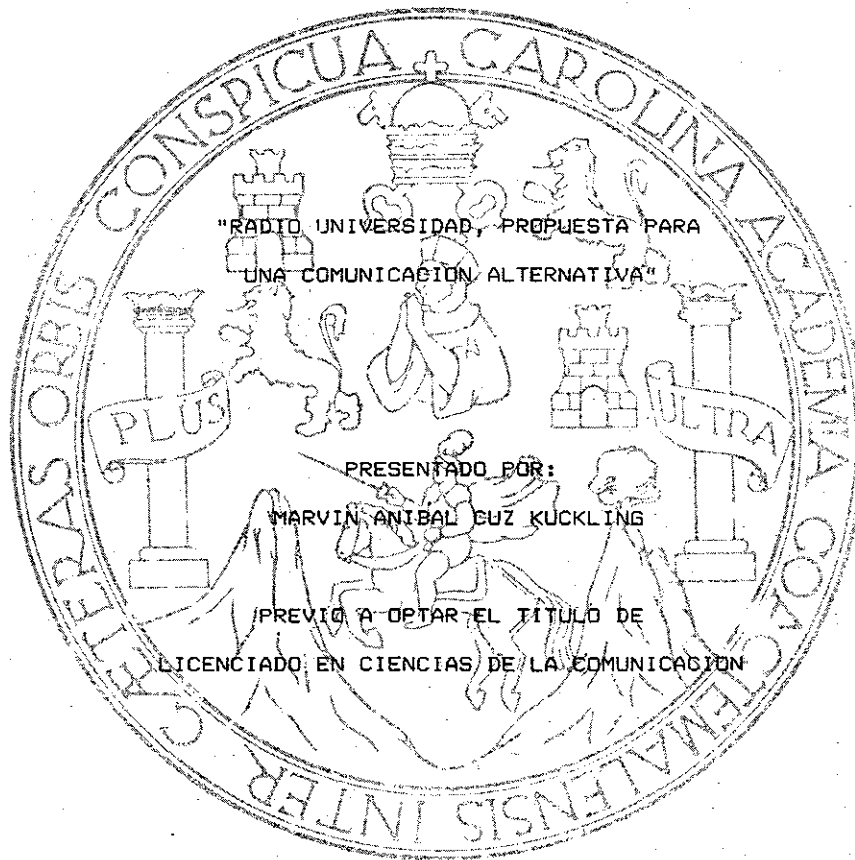


UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

TRABAJO DE TESIS



GUATEMALA, MAYO DE 1995
PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

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
Daniel Fernández Ramírez
Marco Tulio Contreras

SECRETARIO

Lic. Miguel Antonio Paredes



TRIBUNAL EXAMINADOR

Lic. Jesús Alvarado Mendizábal

Licda. Miriam Yucuté

Lic. Juan José Morales

Lic. José María Torres

Lic. Victor Manuel Ramírez

Lic. Fernando Arévalo Yankos



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Centroamérica

Guatemala, abril 20 de 1994.
ECC 309-94

Señor estudiante
Marvín Anibal Cuz Kuckling
Esc. Ciencias de la Comunicación

Señor estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir a usted lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el inciso 14.10 del punto DECIMO CUARTO, del Acta No. 12-94 de sesión celebrada el 11 de abril de 1994.

"DECIMO CUARTO:... 14.10.

Comisión Directiva Paritaria, en base al informe presentado por la señora Oficial Encargada de Control Académico, sobre la aprobación de los cursos, talleres y seminarios del pensum de estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y que está inscrito como estudiante regular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, ACUERDA: Aprobar el cierre de currículum de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, con los siguientes cursos a MARVIN ANIBAL CUZ KUCKLING, carnet No. 8715382.

128 Lingüística General, 143 Métodos y Técnicas de Investigación Social II, 144 Introducción a la Estadística, 145 Teoría del Conocimiento, 158 Psicología de la Comunicación II, 130 Semiología del Discurso Persuasivo, 146 Planificación de las Comunicaciones Sociales, 147 Antropología Guatemalteca, 148 Semiología de la Imagen, 149 Taller VI: Propaganda y Publicidad, 134 Las Comunicaciones Interpersonales, 150 Idioma I, 151 Taller Integrado I: Salud y Ecología, 152 Teoría Política y Social, 153 Seminario I: Sobre Problemas de la Comunicación en Guatemala, Area Urbana, 133 Semiología del Mensaje Estético, 154 Análisis Comparativo de las Sociedades Capitalistas y Socialistas, 155 Taller Integrado II: Tecnología Agropecuaria, 157 Idioma II, 169 Seminario II: Sobre Problemas de la Comunicación en Guatemala, Area Rural."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS

Lic. Miguel Antonio Paredes
Secretario.



MAP/rde



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

DICTAMEN DE TERNA REVISORA DE TESIS

Guatemala, 24 de Abril de 1995

Señores:
Comisión Directiva Paritaria
Edificio

Distinguidos señores:


Atentamente informamos a ustedes que el (la) estudiante MARVIN ANIBAL
CUZ KUCKLING

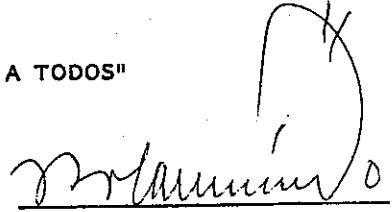
Carnet No. 8715382, ha realizado las correcciones y
recomendaciones a su trabajo de tesis, cuyo título final es "RADIO UNIVER-
SIDAD , Propuesta para una Comunicación Alternativa".

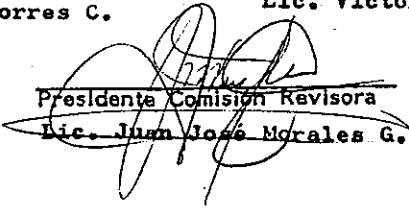
En virtud de lo anterior se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que
pueda continuar con el trámite correspondiente.

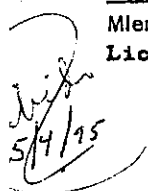
Atentamente,

"DID Y ENSEÑAD A TODOS"


Miembro Comisión Revisora
Lic. Jose María Torres C.


Miembro Comisión Revisora
Lic. Victor Manuel Ramirez


Presidenta Comisión Revisora
Lic. Juan José Morales G.


cc/estudiante
archivo
correlativo



DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Escuela Universitaria, Zona 12
Guatemala, Centroamérica

Guatemala, marzo 15 de 1995.
ECC 165-95

Señor estudiante
Marvín Anibal Cuz Kuckling
Esc. Ciencias de la Comunicación

Señor estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir a usted lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el inciso 11.2 del punto DECIMO PRIMERO, del Acta No. 06-95 de sesión celebrada el 2 de marzo de 1995.

"DECIMO PRIMERO:... 11.2 Comisión Directiva Paritaria, con base en el dictamen favorable de la Comisión de Tesis y lo preceptuado en la Norma Séptima de las Normas Generales Provisionales para la elaboración de Tesis y Examen Final de Graduación vigente, ACUERDA: Nombrar a los profesionales: Lic. Juan José Morales García (Presidente), Lic. José María Torres y Lic. Víctor Manuel Ramírez para que integren el Comité de Tesis que deberá analizar el trabajo de tesis del estudiante MARVIN ANIBAL CUZ KUCKLING, carnet No. 8715-382, titulado "Radio Universidad, propuesta para una comunicación alternativa."

Atentamente,

"DID Y ENSEÑAD A TODO"



Lic. Miguel Antonio Pareja
Secretario.

MAP/rde
c.c. Comisión de Tesis



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

Guatemala, 11 de mayo de 1,995
ECC 393-95

Señor Estudiante
Marvin Anibal Cuz Kuckling
Esc. Ciencias de la Comunicación
Edificio

Señor Estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir a usted lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el inciso 5.8 del punto QUINTO del Acta No. 12-95 de sesión celebrada el 3 de mayo de 1,995.

"QUINTO: 5.8: Comisión Directiva Paritaria, ACUERDA: a) - Aprobar el trabajo de tesis: "RADIO UNIVERSIDAD, PROPUESTA PARA UNA COMUNICACION ALTERNATIVA, presentado por el estudiante MARVIN ANIBAL CUZ KUCKLING, Carnet No. 8715382 en base al dictamen favorable del Comité de Tesis nombrado para el efecto y lo establecido en 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 al Lic. Jesús Alvarado Mendizábal y Licda. Miriam Yucuté (Titulares) y Lic. Fernando Arévalo Yankos (Suplente) para que con los miembros del Comité de Tesis Licenciados Juan José Morales García (Presidente), José María Torres y Manuel Ramírez, 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 Pineda
Secretario



MAP/lm
cc. Control Académico

PARA EFECTOS LEGALES,
UNICAMENTE EL TESINANDO
ES RESPONSABLE DE ESTE TRABAJO

DEDICATORIA

A la vida,

A la Naturaleza (Dios),

A mis padres, Eugenio y Laura

A mi hijo, dondequiera que se encuentre...

A Senahú, por permitir emancipar a los cielos mi espíritu...

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

para la elaboración del segundo, tercero y cuarto capítulos.
proporcionada por las personas entrevistadas fue primordial
comunicólogos y profesionales de otras áreas. La información
contempla en la bibliografía, entrevistas directas con
recurrir al apoyo de la investigación documental, lo cual se
Para el logro de los objetivos de este trabajo se
de entrevista.

formal y formal por radio, así como con formatos radiofónicos
democratización de la comunicación mediante la educación no
población en general. Con programas que conlleven la
desposeídos, a los estudiantes, a los profesionales, a la
alternativa, dándole cabida a los sectores marginados y
para que Radio Universidad aplique la comunicación
En el capítulo cuatro se realiza una propuesta formal

programas que se difunden en este medio.
contempla el comportamiento de posibles oyentes hacia ciertos
Consejo Superior Universitario de la USAC en 1992. Se
Radiofónica y Televisión Universitarias, aprobado por el
trabajo de Radio Universidad de acuerdo al proyecto de
En el capítulo tres se presenta el momento actual del
tradicionales.

la musicalización y comercialización de las radios
capítulo se analizará el comportamiento de los oyentes hacia

RESUMEN

El presente estudio, "Radio Universidad, Propuesta para una Comunicación Alternativa", parte de una noción clara para definir e instrumentalizar las estrategias y aplicación del modelo de comunicación alternativa en la radio de la Universidad de San Carlos.

Esta realidad es dinámica en un mundo que va cambiando aceleradamente y en el que se construye un nuevo orden hegemónico en el campo político y económico a nivel mundial.

En el primer capítulo se contemplarán diversos enfoques de la comunicación alternativa, su origen, su definición y su aplicación en diversas sociedades, especialmente en el contexto latinoamericano que es el más cercano y familiar a nosotros. Debe tomarse en cuenta que algunos ejemplos de la realidad europea y norteamericana como el fenómeno Quebecois en Canadá, han definido el papel de la comunicación alternativa en el contexto de los cambios que se van operando en el mundo de hoy.

Con relación al segundo capítulo, se hizo una reseña histórica de la radiodifusión guatemalteca. También se destaca cómo el ostensible crecimiento del medio radio en Guatemala no está para servir a la comunidad en general, sino que está en gran porcentaje al servicio de un ambiente comercial, musical y de transculturación. Lo anterior se evidencia en la excesiva promoción publicitaria de los anunciantes con la aprobación de los propietarios. En este

INDICE

INTRODUCCION	1
CAPITULOS	
- LA COMUNICACION ALTERNATIVA Y SU TRASCENDENCIA	3
1.1 Enfoques del modelo alternativo en comunicación	3
1.2 Origen de la comunicación alternativa	9
1.3 La comunicación alternativa en América	16
1.4 Prácticas de Comunicación Alternativa en Guatemala	27
- PRESENCIA DE LA RADIO EN GUATEMALA	37
2.1 Experiencia radiofónica guatemalteca	37
2.2 Distribución actual de la radio en Guatemala	44
2.3 Comercialización en la radiodifusión nacional	53
2.4 Actitud pasiva y dependiente del radio-oyente guatemalteco	71
- RADIO UNIVERSIDAD Y EL RETO COMUNICACIONAL	80
3.1 Antecedentes de la emisora	80
3.2 Marco ideológico de Radio Universidad	83
3.3 Objetivos de la emisora	88
3.4 Funciones de Radio Universidad	89
3.5 Grupo objetivo de Radio Universidad	89
3.6 Estructura y funcionamiento de Radio Universidad	89
3.7 Organización del personal de Radio Universidad	90
3.8 Programación de Radio Universidad	91
3.9 Radio Universidad: comunicación o información	93
- RADIO UNIVERSIDAD, PROPUESTA PARA UNA COMUNICACION ALTERNATIVA	118
4.1 Comunicación para el cambio	118
4.2 La educación no formal en Radio Universidad	123
4.3 Diversos usos en la educación no formal para Radio Universidad	132
4.3.1 Programas abiertos	132
4.3.2 Programas especializados o cerrados	134
4.4 La educación formal a través de las clases radiofónicas o de la alfabetización. Reto para Radio Universidad.	136
4.5 Elementos para una producción alternativa	143
4.5.1 Los formatos, otro recurso radiofónico para la comunicación alternativa en Radio Universidad.	144
4.5.2 El guión radiofónico, técnica para utilizarse en Radio Universidad	150
CONCLUSIONES	154
RECOMENDACIONES	156
BIBLIOGRAFIA	158

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA	164
DOCUMENTOS	169
ENTREVISTAS	170

INTRODUCCION

"Radio Universidad, Propuesta para una Comunicación Alternativa", es un trabajo de investigación que pretende demostrar la factibilidad de democratizar el medio radio. En este caso sería Radio Universidad la indicada a iniciar dicho proceso.

Entre sus objetivos están: contribuir a la movilización y a la participación de todos los sectores de la población mediante un proceso perenne de comunicación, es decir, que exista reciprocidad de mensajes entre los emisores y los receptores de Radio Universidad. Asimismo poder desarrollarse la resistencia cultural frente a la alienación de los medios radiales ya sean estos del Estado o privados.

Cabe destacar que los objetivos de la investigación se alcanzaron en forma positiva a pesar de las adversidades que enfrenta todo un trabajo investigativo, como por ejemplo: la escasa bibliografía que existe en relación a la comunicación alternativa y los pocos estudios relacionados con la aplicación de la comunicación alternativa en diferentes medios de nuestro país, especialmente la radio.

Estas consideraciones situacionales y de desafíos terminaron por superarse planteando interrogantes centrales en fuentes especializadas de investigación en las unidades académicas de ciencias de la comunicación

de las universidades privadas y de la Universidad de San Carlos

Teniendo como base lo anterior se estableció la potencialidad que posee la radio para aplicar la comunicación alternativa. Con este modelo se dinamiza el proceso que establece respuestas a necesidades e intereses muy concretos y caracterizados, como por ejemplo, la participación específica del oyente.

Así, Radio Universidad se constituye en un vehículo de comunicación interactiva en la sociedad guatemalteca, basado en la participación comunitaria y su expresión popular con sus temas y estilos, así como en la labor de información y comunicación.

En síntesis, este trabajo recoge experiencias concretas de comunicación alternativa por radio en América Latina con sus sistematizaciones teóricas.

El trabajo que se realiza en el Instituto Guatemalteco de Escuelas Radiofónicas IGER, es de vital importancia porque muestra alternativas viables y probadas que presentan la relación emisor-receptor. Asimismo, se espera extraer instrumentos útiles para iniciar y fortalecer nuestra investigación.

LA COMUNICACION ALTERNATIVA Y SU TRASCENDENCIA

1.1) Enfoques del modelo alternativo en Comunicación

La comunicación clásica y tradicional ha tenido cambios importantes. Los aportes de muchos investigadores han provocado la existencia de diferentes teorías que muestran cómo el plano cultural, jerárquico o simplemente moral determinan la comunicación.

Debe también tomarse en cuenta los cambios tecnológicos, la posibilidad de los receptores que ha sido reducida a una simple condición pasiva de no participación en un proceso del que siempre son protagonistas.

Aún se observa cómo el conferenciante, profesor, periodista, locutor, orador, etc., expresa su pensamiento y los demás lo aceptan tal como es transmitido. Por ejemplo, el receptor en la mayor parte de transmisión de una radio no interviene activamente en la elaboración o perfeccionamiento del material informativo que se les suministra y no adopta la menor actitud crítica.

Las distancias sociales entre el emisor y los receptores, han llegado a ser de hecho insalvables y se han abierto abismos infranqueables y barreras muy difíciles de salvar. El otro, el que habla en nuestro

caso, se presenta como inaccesible e inabordable.

Aquello que el receptor piensa y sabe respecto de lo que transmite el emisor, no contiene beligerancia y no existe posibilidad de comunicarlo en respuesta al mensaje recibido; con lo cual la comunicación aún es fuerte y unilateral así como más impuesta que aceptada.

Por ejemplo, FERRY, JULES (1978:6) dice,

"El sistema autoritario, con su estela de rigideces y de rigorismos trasnochados y cada vez menos eficaces, es fuente, además, de fuertes tensiones, inhibiciones y frustraciones que permanecen ahogadas casi siempre (por falta de oportunidad de ser expresadas con facilidad y sin riesgos), pero que casi siempre acaban constituyendo también un freno poderoso para la comunicación correcta y eficaz".

Tal como indica el autor anterior, este sistema no permite el contacto psicológico entre los que participan en la comunicación. Tampoco establece ninguna corriente de relación humana. El que habla es un extraño para el que escucha y viceversa. Cimentando lo ya citado, MAILHIOT, B (1976:109) dice:

"No existe en verdad comunicación sino cuando entre dos o más personas, aún a través de

instrumentos, se establece un contacto psicológico".

Tal como se observa no basta con seres deseosos de comunicarse, que hablen, se entiendan o incluso se comprendan. La comunicación entre personas siempre existirá mientras haya individuos prestos a utilizar el lenguaje.

Así se destaca la importancia de la comunicación en la vida humana, sin la cual no puede sobrevivir ninguna sociedad, ni estructura social alguna puede conformarse y mantenerse. KUNCZIK, MICHAEL (1992:5), comparte la posición de otros expertos al decir que la comunicación es,

"... el proceso fundamental y vital para la existencia y organización de cualquier sociedad, debido a que toda acción conjunta realizada por individuos se basa en significados compartidos y transmitidos a través de la comunicación".

La comunicación engloba el proceso de socialización, puesto que sin ella es casi imposible ninguna acción organizada. Toda esta dinámica de la comunicación no sólo abarca las relaciones interpersonales entre los individuos, sino también, la comunicación que pudiera establecerse entre un emisor y

los posibles receptores a través de instrumentos o medios artificiales como la radio, la televisión, la prensa, etc.

Sin embargo, entre las relaciones interpersonales de los individuos y la comunicación por conducto de los Mass Media existen grandes distancias. Para la primera: la comunicación es directa y recíproca. En el segundo caso, la comunicación es unilateral-vertical.

En las sociedades actuales las relaciones entre el emisor y los receptores quedan establecidas mediante mensajes determinantes que no permiten en la mayoría de las ocasiones, las respuestas de los individuos para la transformación de tal o cual situación social, económica, política, religiosa, cultural, que atenten contra los intereses de las mayorías de una sociedad.

Es indiscutible que los medios de comunicación masivos sí causan efectos, los cuales se traducen en resultados negativos y positivos. Por ejemplo, la mayoría de los medios que trabajan con un nivel desequilibrado de la comunicación provocan que los receptores se mantengan con actitudes pasivas frente a los mensajes recibidos que son condicionantes cotidianos. Por otro lado están los medios que han adquirido un carácter emancipador y liberador de sus mensajes hacia el público que se dirigen, haciendo asimismo de éstos, partícipes del proceso de relación comunicativa.

De esta situación dialéctica entre los medios masivos tradicionales y los individuos con ideas autogestionarias, se origina la comunicación alternativa que muy pronto entra en una serie de definiciones compartidas por su carácter liberador e interactivo.

La alternativa viene a ser una teoría en base a una auténtica y real participación del receptor en el proceso de la comunicación social. Actualmente son muchas las definiciones que determinan su existencia, por ejemplo, CESAREO, GIOVANNI (1984:21), define a la comunicación alternativa como:

"La comunicación popular del nuevo tipo o la comunicación marginal fuera del sistema, aplicada a la comunicación contra el sistema, por regla general se entiende el sistema capitalista".

En tanto BALDELLI, PIO (1982:18), la identifica como:

"... la comunicación estatal socializada..."

Otro de los representantes teóricos de la comunicación alternativa es CASSIGIOLLI, ARMANDO (1982:30) quien dice que,

"El termino comunicación alternativa, implica opción entre una cosa y otra. De esta forma se trata de algo distinto de lo común, del sistema oficial, normal, de la clase dominante, del Gobierno, del Estado".

Por su parte DE MORAGAS, MIGUEL y PRADO, EMILIO (1982:13) con una visión general de los hechos alternativos en materia de comunicación la definen como:

"... un proceso que permite una inversión de signo respecto a la comunicación dominante sean estos a nivel de contenido o a nivel de la naturaleza del proceso".

Todas las anteriores definiciones concluyen en que la comunicación alternativa nace para oponerse a las formas institucionales y comercializadas de la comunicación de masas. También trata de transformar al receptor confinado hasta entonces en el papel de consumidor, en agente activo del proceso, así como de romper con los modelos dominantes estatal y mercantil.

Cabe destacar que sin querer pretender agotar la cuestión de la alternativa, este modelo no está sino en la imagen de las relaciones de poder que imperan en una sociedad y brindan sus contradicciones a la

experimentación social que debe obstinarse en esta persistente integración de los modelos dominantes.

1.2) Origen de la comunicación alternativa

Ciertos escritos nos han documentado ya en forma simple los aspectos económicos y políticos de las industrias de la comunicación. Sin embargo, pocos se han ocupado fuera de los espacios conflictivos identificados de ordinario como desequilibrio norteamericano, supremacía de las multinacionales, imperialismo cultural, de los medios cotidianos constituidos por las prácticas comunicacionales alternativas. Cada quien tiene sus antecedentes históricos, no así en nuestro medio cuando se trata de investigar el origen de la comunicación alternativa. A continuación incluimos una reseña histórica de este modelo comunicacional.

La historia nos demuestra que los embates de poderosas fuerzas multinacionales y locales de información mediante su manipulación de los MASS MEDIA, despierta una perspectiva liberadora que da origen por sí misma a la comunicación alternativa. Así se refleja en las grandes mayorías desposeídas económicamente y condenadas a ser partícipes pasivos de un proceso menos comunicativo y más formativo.

En este aspecto queremos recalcar que en el modo de producción capitalista han existido paralelamente formas de comunicación organizadas bajo el principio de

racionalidad comercial, con relación a las formadas en función puramente culturales no así populares.

Ahora bien, los estudios relacionados con la comunicación alternativa conforme a sus orígenes se remonta a la década de los sesenta y principios de los setenta. Este modelo de comunicación nace motivado por diversas necesidades y convicciones. Por ejemplo: la convicción de ser sectores con escasa posibilidad de ser representadas sus realidades. La convicción de la difícil circulación de sus ideas en los medios pertenecientes al modelo hegemónico, la necesidad de crear medios y mensajes de contenido propio, resultado de una praxis social. Quien tiene una aproximación a este respecto es PAIVA, M. ALFREDO (1983:169) cuando dice,

"Los sectores populares debían volverse aptos para producir e intercambiar sus mensajes a través del dominio de la comunicación popular".

Parece ser que el intercambio de las ideas y necesidades populares vino a conformar el punto de partida de la comunicación alternativa que posteriormente se conoció como PARTICIPATIVA, AUTOCTONA, AUTOGESTIONARIA, EMANCIPADORA, INTERACTIVA, etc.

En estos tiempos la necesidad ha ido más allá, lo

alternativo ha dado como resultado que los medios no pueden seguir siendo agentes activos con receptores pasivos. Vale anotar que REYES MATTA, FERNANDO (1986:33) en cuanto al origen de la comunicación alternativa y a través de sus investigaciones hace aportes interesantes al decir que,

"La comunicación alternativa emerge como respuesta al modelo dominante, cuyos centros de poder se asientan en los países capitalistas occidentales y cuya expresión es una permanente expansión de tipo transnacional".

De hecho la occidentalización ha provocado el fenómeno de la transculturación, especialmente en aquellas sociedades donde la estabilidad económica, política y social presentan características dependientes que a la vez dan lugar a movimientos emancipadores. Por otro lado MATTA, M. CRISTINA (1988:24) aporta con su investigación al decir:

"La producción e intercambio de mensajes que componen los diferentes sectores populares, se origina precisamente, de una situación de dominación que padecen y en su consecuente voluntad-proyecto de transformar el sistema económico".

Posiblemente los cambios en la palestra política y económica no se ha logrado todavía, pero sí la práctica de la comunicación popular ha permitido en cierto porcentaje socializar la comunicación.

De este modo se concluye que la comunicación alternativa surge con la idea de una posible democratización completa del proceso de comunicación mediático, idea que surge más fácilmente si nos situamos al lado de los que sufren todos los días de las relaciones desiguales en el ejercicio del habla pública, tanto más cuanto las disparidades sociales actúan sobre la facultad de procurarse un puesto activo en la dinámica social a nivel mundial.

Ubicándonos ya dentro de un contexto geográfico y sin abandonar el tema de la comunicación alternativa, se indica que Europa es la que ha sido en los últimos tiempos escenario de ricas y variadas experiencias de apropiación popular de las tecnologías audiovisuales que han dado lugar a interesantes experimentaciones sociales con la radio, la televisión y la prensa. Pero estas iniciativas no son actividad exclusiva del continente europeo, salvo algunos países nórdicos e Inglaterra. La mayoría de las experiencias en comunicación alternativa con la radio y la televisión nacen de una demanda expresa que surge de la sociedad civil canalizada por los más diversos movimientos

sociales.

En estas circunstancias podría decirse, que los actores sociales arrebatan al sistema de comunicación dominante unos espacios para llevar a cabo su práctica comunicativa fuera de la lógica económica y política de los grandes medios. GOMEZ MOMPART, J.L. (1984:22) afirma,

"Historicamente la eclosión del término alternativo aplicado a la comunicación puede fijarse en el Mayo Francés de 1968, con toda la reacción estudiantil en contra del informacionismo y el énfasis en la vuelta a los orígenes (despreciar los nuevos métodos para recuperar los viejos)".

Conforme a lo anterior, esto no significaba desechar lo que se estaba presentando en materia comunicativa. El asunto era que Francia empezaba a resistir en el campo cultural a la gran cantidad de información extranjera que se difundía en ese país - especialmente norteamericana- la cual estaba provocando una erosión cultural de grandes magnitudes. Explicación similar tiene DE FONTCUBERTA, MAR (1984:23) cuando agrega,

"En Europa existía el precedente de 1958 del

Movimiento Situacionista que fue el primero en insistir en la sociedad espectáculo, debida a los medios de comunicación. Pero la necesidad de crear medios alternativos aparece por primera vez en las proclamas de los estudiantes del 68".

Lo demostrativo de estas proclamas por equilibrar en cierta forma la comunicación, es que repercutió como un fenómeno liberador en otras partes del planeta. Este movimiento se expandió sin relegar los motivos que le dieron origen.

Por ejemplo en Quebec-Canadá, por contraste, las iniciativas de las radios y televisión comunitarias se derivan de la existencia de una infraestructura tecnológica: las redes de cable, y de una política comunicativa del gobierno de Quebec que obliga a los distribuidores de la señal de cable a facilitar canales que sirvan para satisfacer las necesidades objetivas de comunicación reclamadas por los movimientos sociales. Quien informa mejor este caso es PRADO, EMILIO (1986:1) al decir,

"Con independencia del camino con el que se llega a la experimentación, el caso es que, tanto en Quebec como en Europa, los actores sociales que se expresan en las televisiones y las radios comunitarias son coincidentes".

En definitiva y apegándonos a lo precedente, el punto de partida de los movimientos emancipadores a través de los usos alternativos en materia de comunicación son los mismos, salvo algunas situaciones de diferenciación. En el caso de Quebec, no es la radio el primer objetivo a cambiar. Es la televisión la que empieza a tener cambios sustanciales.

En Europa por lo general la cuestión es al contrario. Las experiencias con las radios libres, comunitarias, municipales, locales, despiertan las expectativas de los grupos sociales sobre la tecnología televisiva.

Queda claro entonces que es común la situación generalizada de dependencia, la cual parece ser que provoca una homogenización cultural tendiente a determinar los comportamientos sociales. Sus primeras consecuencias se manifiestan en la pérdida de identidad cultural y del sentido de pertenencia a un grupo social, a una colectividad. Frente a ello los países que tienen una praxis alternativa, toman sus propias medidas, sosteniendo una radio-televisión pública, periódicos y revistas que facilitan la experimentación a los grupos sociales.

Por otro lado es importante que la referencia a los orígenes de la comunicación alternativa no varían, así lo demuestra MATA, REYES (1981:11) cuando dice,

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

"La comunicación alternativa es una realidad que surge del contexto de búsqueda desde la segunda guerra mundial en adelante. Es la búsqueda constante del entorno respecto a la realidad social".

Con esto queda establecido que la dinámica de la comunicación alternativa se puede enfocar desde distintos puntos de vista. Uno es el de la acción cotidiana y sus problemas inmediatos, el otro, el que tiene en cuenta el contexto social e histórico.

1.3) La comunicación alternativa en América Latina

América Latina desde que fue invadida por los europeos quedó primero incorporada al sistema capitalista como colonia. Posteriormente con la independencia política adquirida por movimientos de clase, se le dejó como un continente lleno de países autónomos sólo en el papel.

Con una cuenta retrospectiva en el tiempo, DOS SANTOS, THEOTONIO (1979:40) explica:

"La etapa colonial duró aproximadamente trescientos años, tiempo suficiente para implantar en el continente las relaciones sociales que engendraba la expansión del capitalismo

comercial en ese momento. Esta economía se basaba en la exportación de productos tropicales y metales hacia Europa, lo que llevaba al brutal saqueo del que era objeto".

Esto nos hace ver que Europa pasa a ser dominante de los nativos mediante un proceso de desplazamiento cultural basándose en la explotación económica. Es por eso que en el presente histórico de América Latina notamos que la herencia que nos legaron los invasores, es la dependencia hacia ellos en sus expresiones más vivas: la economía, la política y la cultura. Esta última contextualizada dentro del campo actual de la comunicación, que con el avance y desarrollo del capitalismo ha cimentado más los caracteres dependientes de las regiones latinoamericanas, constituyéndose en países periféricos de las naciones desarrolladas.

Basados en algunos estudios realizados en los países de América Latina respecto al fenómeno de la Comunicación Social, se demuestra que esta región es la zona del mundo donde el modelo comunicacional tradicional (actualmente típico norteamericano) impera de manera más determinante. Esta afirmación la complementa PORTALES, DIEGO (1986:97),

"De 31 países del mundo que tienen radio y

televisión comercial, 16 se encuentran en América Latina. La prensa diaria o periódica tiene todavía más frecuencia que la radio y la televisión".

Todo esto se traduce como invasión cultural en materia de comunicación. De ésta manera no puede existir ninguna participación real de los sectores más desposeídos de cada población, a lo cual se puede agregar que esto deviene por no existir políticas comunicacionales en las cuales se note la autodeterminación de los pueblos.

El tipo de comunicación de masas que mayormente se practica en Latinoamérica es una forma naciente del engaño en las relaciones humanas. Una manera de determinar el curso histórico y social de los países en desventaja económica, para los cuales, sólo existe la manipulación de las reacciones psicológicas de los individuos que se tornan en simples objetos de consumo.

América Latina ha tenido que remar contra la corriente, avanzando algunos espacios en los cuales existe una perspectiva abierta. Le ha tocado desarrollar organismos de comunicaciones, donde las ideas mayoritarias circulan y buscan constantemente la libertad mediante sus propias expresiones.

Así, por un lado el populismo, el triunfo de la revolución cubana, las grandes conquistas nacionales populares como la reforma agraria en diferentes países,

pintan la década de los cincuenta como años de optimismo para América Latina. Son en los años sesenta cuando empiezan a desgarrarse las corrientes populistas. Las grandes movilizaciones populares y sus reivindicaciones sufren desencantos cuando las puertas de los nacionalismos se abren a la ayuda norteamericana que despliega su "Alianza para el Progreso" con la finalidad de captar los procesos populares.

Entre tanto, inspirados en el Concilio Vaticano II, sectores de la Iglesia se lanzan a las zonas más empobrecidas para forjar desde allá una nueva teología (primero del desarrollo y después el de la liberación).

Lo interesante de los movimientos emancipadores en América Latina es que la teoría de la marginalidad va a influir desde el DESAL de Chile, así lo confirma CONTRERAS, ADALID (1992:57), cuando dice:

"La teoría de la marginalidad forja la participación de los marginados en la sociedad como salida a su situación de subdesarrollo. Y la educación liberadora de Freire va a ser, por mucho tiempo, la pedagogía de diversas propuestas educativas".

Por otro lado Radio Occidente en Ecuador, nació en 1962 con la idea de educar a los campesinos, siguiendo

el estilo y los métodos de Radio Sutatenza en Colombia. A partir de los años cincuenta, dió otro cariz a la radio. Estos métodos utilizados en esta emisora colombiana los define O'SULLIVAN RYAN, JEREMIAH (1987:44-45) como,

"Métodos de la Escuela Comunitaria que consistía en que un grupo de campesinos se reunía en un local para escuchar clases por radio, bajo la dirección y supervisión de un maestro auxiliar, quien era entrenado por la propia emisora. Este auxiliar no daba clases, sino que ejecutaba las órdenes del maestro locutor".

Inicialmente estas clases se llamaban Escuela del Aire. Sus inicios se identificaron en primer lugar con la alfabetización, luego se transmitieron tres niveles, cada uno de los cuales equivalía a dos grados de educación formal.

Lo importante de estas situaciones era la necesidad de ingresar a los derechos de comunicación para el desarrollo de los sectores populares así como de obtener un poco de educación y mediante ésta mantenerse dentro de la realidad. Se dice que en muchos programas fallaba la eficiencia, aumentaba la deserción y fallaba la eficacia. No se lograba darle vuelta al proceso de injusticia que tiene cabida en la

comunicación tradicional representada por su carga comunicacional difusionista y su carácter determinante en el contenido de los mensajes.

Aparte de lo anterior, las radios alternativas tuvieron la capacidad de generar nuevos procesos comunicacionales y educativos. Los grupos de alumnos (más tarde círculos de lectura), le dieron vida a las clases presenciales hablando de sus problemas y necesidades, de sus demandas y sus respuestas. Este trabajo presencial, como lo conceptualiza BRAUN, JUAN (1977:24) fue:

"... estrictamente utilitario, con claves como contenido, y una orientación difusionista, en donde el emisor pasa las clases a un receptor pasivo".

Significa esto, que los programas de alfabetización y la educación básica formal estaban dirigidos a públicos cautivos, es decir, a públicos obligados a escuchar cierto tipo de programas los cuales, para mantenerse en el dial de las clases radiofónicas obtenían transistores Philips con banda inamovible, con una sólo opción de sintonía: la escuela radiofónica.

Ya no era suficiente tratar de llenar el vacío dejado por el sistema educativo. El adulto tenía que

ser tratado como sujeto social. A partir de esta constatación, la comunicación alternativa en América Latina y aprovechando la aparición de las escuelas radiofónicas reubicaron su modelo acompañando las necesidades y demandas de los sectores organizados y del pueblo. Siempre que se trabaja con los sectores populares por medio de alternativas según PRIETO, DANIEL (1984:65)

"... es necesario replantear radicalmente la función del producto. Este depende del proceso, no tiene un valor en sí mismo".

Es así como se enfatizó en un modelo alternativo popular que tenía por objetivo promover actitudes activas en la población, con el fin de que se pudiera considerar que en ella estaba la solución de los problemas a través de los recursos. La acción del pueblo debería ser sobre todo participativa. Se debería dar prioridad a la unión para combatir el atraso.

La realidad popular se había diagnosticado sobre fundamentos de una comunicación alternativa como una cultura del silencio a la cual, tenía que darse vida y palabra a partir de una conciencia liberadora específicamente dialógica. Aquí caben los objetivos señalados por ORIHUELA, JUAN CARLOS (1985:34):

- "a) comunicacionales: perder el miedo a hablar, expresarse en su idioma, decir las cosas como son, recuperar la palabra propia...;
- b) sociocomunicacionales: la solidaridad, la valoración de lo suyo propio, el cuestionamiento de actitudes fatalistas..."

Estas dos dimensiones son la tarea primordial del nuevo enfoque comunicacional, la condición social para la organización del pueblo latinoamericano en pos de su desarrollo.

De este modo algunas experiencias latinoamericanas nacieron y siguen vivas, otras por causas económicas, por la fuerza de aparatos de poder económicos y políticos han desaparecido. Las que se han mantenido le han hecho frente al poder de los autoritarismos arriba mencionados, principalmente de las dictaduras militares típicas en nuestra región. Uno de los casos más concretos de resistencia comunicativa lo constituyeron las radios mineras en Bolivia, así lo indica LOZADA FERNANDO (1984:55),

"... el 21 de julio de 1978, las radios mineras en cadena impugnaron y resistieron el cuartelazo siendo inmediatamente reprimidas. Radio "La Voz del Minero" de Siglo XX fue destruida casi en su totalidad... por otro lado, la resistencia minera

en 1980 condensa el carácter de las radios como canales y medios de organización y movilización popular".

Lógicamente queda demostrado que la comunicación alternativa no sólo ha venido a promover las relaciones dialógicas, sino también a provocar la reacción muchas veces equivocada de los sectores que detentan el poder.

Otro de los ejemplos claros de resistencia cultural a través de la comunicación alternativa en nuestro continente lo representa LA PRENSA NANICA (prensa enana) en Brasil. Este medio lo que quiere es disminuir el poder de la prensa tradicional mediante la participación de los sectores abandonados. Esta cita la amplía SELSER, GREGORIO (1986:331):

"La revista Nanica pretende competir a mediano plazo, con la gran prensa nacional, ingresando con paso firme en el sistema industrial, pero manteniendo su independencia, apoyándose más en la fuerza creativa de su equipo que en los ingredientes empresariales típicos".

Objetivamente, la Prensa Nanica, es elaborado por miembros de un sindicato, en el cual cuenta la participación de los sectores brasileños organizados.

Las experiencias han continuado y la cuestión de

la comunicación alternativa en América Latina ha
sentado precedentes. Otro caso para democratizar los
medios lo presenta Radio Enriquillo de la República
Dominicana. En este medio existe un espacio de tres
horas diarias para mujeres campesinas de la región
suroeste de dicho país. Las personas que hacen posible
este programa le han dado el nombre de CLUB MENCIA.
Una de sus integrantes FERMINA, FELICIA (1982:208)
declaró,

"El Club Mencia es una experiencia muy especial
en el interior de una emisora de características
también especiales, quizás únicas en latinoamerica
por el momento. Se trata de Radio Enriquillo cuya
tarea fundamental es apoyar los trabajos
educativos en la zona, a partir de un concepto
renovado en materia de comunicación masiva. Su
propuesta alternativa se apoya en la búsqueda
permanente de una relación horizontal, de
intercambio recíproco entre emisor y receptor".

Lo que se nota en estos ejemplos de praxis
alternativa, es la necesidad de salir de los problemas
provocados por la comunicación vertical que no sólo
determinan desigualdades sino mantienen los mismos
patrones políticos, ideológicos, culturales a través de
un poder económico.

Es evidente que en este avance diario de las tecnologías de comunicación masiva tradicionales y la aparición constante de medios masivos de participación popular o de apertura democrática comunicacional en América Latina, han dado paso a una lucha desigual. Por un lado, la que erosiona la identidad cultural de los pueblos y hace más explícita las propuestas de "desarrollo" que los Estados Unidos imponen a las economías latinoamericanas y que a través de esa determinación los regímenes de fuerza empiezan a empañar los días de avance del movimiento popular.

En el otro extremo, aparecen los medios que tienen una explicación histórica tratando de mantener las identidades nacionales y salir del desarrollo reprimido con prácticas alternativas en comunicación. Es así como los pueblos buscan las respuestas alternativas que se sabe no son inmediatas.

Como respuesta a lo anterior, la Iglesia Latinoamericana en Medellín (Colombia) y en Puebla (México), expresan su opción por los pobres y definen la teología en tareas liberadoras y transformadoras. En cuanto a movilizaciones sociales CONTRERAS, ADALID (1988:65) plantea:

"Las corrientes sociológicas, influenciadas por la teoría de la dependencia que forja la CEPAL, dan contenido político a las reivindicaciones y

planteamientos populares, haciendo visible la necesidad de afectar en el fondo las raíces históricas de las desigualdades sociales".

Todos estos movimientos sociales en busca de una participación real dentro del contexto comunicacional repercuten también en el campo educativo con la propuesta de Freire, la cual es asumida en su énfasis ideológico-concientizador no sólo en su aspecto pedagógico sino como opción educativa popular.

.4) Prácticas de comunicación alternativa en Guatemala

La mayor representatividad de práctica de la comunicación alternativa en nuestro país sólo ha existido en una pequeña escala, es decir, que esta práctica se ha reducido a la participación de ciertos sectores populares o comunitarios utilizando elementos como el audiovisual, el retroproyector, la grabadora de cassette, el periódico mural.

Estas manifestaciones no han tenido trascendencia hacia otras comunidades en donde sus habitantes puedan sentirse persuadidos a actuar en función de diversos mensajes emitidos através de medios como la radio.

Quizá la única realización alternativa a nivel intermedio y que ha tenido un alcance masivo ha sido la experiencia llevada a cabo por el Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica IGER.

A este respecto, en 1973 se realizó en nuestro país una comprobación con 600 alumnos, acerca de la eficiencia del material didáctico de alfabetización y educación primaria de adultos, redactado por el Instituto Costarricense de la Educación Radiofónica IGER.

El ministerio de Educación de nuestro país supervisó dicho experimento y con la aprobación provisional del mismo se creó en 1978 el Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica, IGER.

Inicialmente esta institución trabajaba sólo en español, dedicando su programa EL MAESTRO EN CASA a los hablantes del español, pero después de casi tres años de experimentación, se comenzaron a tener peticiones para trabajar con los idiomas mayances. El IGER, no permitió que el español se impusiera como único idioma y se acabara así con los idiomas autóctonos guatemaltecos. De esta manera se dió inicio a los proyectos de educación Q'eqchi, Kakchiquel, Ixil, Mam y Quiché, todos ellos independientes unos de los otros.

Los objetivos del IGER, han sido de educar a las personas que por una u otra razón no tienen acceso a la educación formal tanto en las instituciones públicas como privadas.

Atendiendo este proyecto Mario Sebastián Caál (facilitador del proyecto de alfabetización IGER para el área Q'eqchi (16-10-94) dice,

"Que debido a las experiencias del IGER, la Institución está por promover, ejercer y proteger el desarrollo de Guatemala, atender principalmente las necesidades educativas de la clase de escasos recursos económicos y poca escolaridad con especial interés en la formación del sector rural e indígena. Fomentar en los guatemaltecos sus capacidades como personas humanas, la integración de la familia y otros valores étnicos, sin distinción de credos ni cultos, intelectuales y culturales. Además procurar el entendimiento y la colaboración entre los diversos grupos sociales, orientando su acción educativa dentro del propio ambiente y marco común cristiano".

No hay duda que de esta manera el IGER, contrario a la educación clásica promueve una educación que parte de lo que ya sabe el estudiante. Cimenta en él sus valores reales y pone al maestro en la casa del participante del proyecto. Tienen una mística abierta a la superación y crecimiento del interesado.

Por otro lado, estimula desde el programa mismo y se convierte en un auténtico proceso de manifestación interna, utilizando textos redactados por maestros que están en continuo contacto de retroalimentación con los estudiantes.

Esta institución con la creación de sus proyectos indígenas, quiere encontrar los métodos educativos que puedan mantener las manifestaciones culturales populares aborígenes, sirviendo de enlace entre el pensamiento de los antepasados y el actual. De tal forma que el indígena aún con la asimilación de lo moderno, no se aleje de sus valores ancestrales que lo determinan.

Para llevar a cabo estos planes, el IGER ha tenido que valerse de la tecnología sin la cual, los proyectos no tuvieran un interés práctico con resultados satisfactorios. TATENBACH, FRANZ (1992:159) dice,

"Para elaborar los materiales impresos y radiofónicos, el IGER utiliza el sistema ECCA, sistema que es la combinación de tres elementos: el esquema o material impreso, la clase radiofónica y el maestro orientador. El material impreso o el esquema tiene como funciones principales: servir de pizarra, ser libro de texto, hoja de actividades, la clase radiofónica permite al alumno oyente la información precisa para el aprendizaje. Está basada en el esquema y no se debe conformar con completar, sugerir y aclararlo; pues debe ser la voz amiga, animadora, respetuosa actual que complazca al alumno en sus deseos de aprender para mejorar personal y

socialmente. El profesor orientador es el pilar fundamental del Sistema ECCA, además de orientar, el profesor que atiende semanalmente al alumno, tiene que ser un animador socio-cultural".

Evidentemente con este sistema, el IGER ha servido con la educación a distancia a través del medio radio. Según se puede notar, el material escrito se presenta en diversidad de formas según la función que desempeña. Por ejemplo: esquema, lecturas (previas y complementarias), ejercicios y autoevaluaciones. También se aportan las hojas de respuestas. Los materiales de post-alfabetización que elabora el IGER están diseñados para que el lector los use para sí mismo, casi sin la ayuda del maestro.

En los proyectos indígenas, los materiales de alfabetización son realizados únicamente en idioma indígena, mientras que los materiales de post-alfabetización, son elaborados en un 80% en el idioma maya respectivo y un 20% del material en idioma español. Se ha hecho necesaria la redacción de materiales de apoyo, ya que es escasa la literatura en idiomas indígenas en Guatemala.

En el aspecto programático radial, la institución ha seguido el sistema tradicional de ECCA, de transmitir los programas por radio, pero el deseo de llegar a mayor número de personas y con los problemas

que presenta la radio por la topografía de nuestro país, se dió inicio al proyecto de unidades de tocacassettes con batería de moto.

De acuerdo al éxito alcanzado en 40 unidades castellanas, el IGER optó por dar inicio a sus proyectos radiales indígenas, especialmente el Q'eqchi', por medio de este recurso técnico.

En cuanto a la utilización del maestro orientador se indica que es un caso muy especial. La riqueza del sistema se da por el contacto personal de los estudiantes con su maestro orientador en un centro fijo, normalmente establecido cerca de su propia casa. Este contacto personal se refuerza también con el uso del tocacassette, que permite la constante reunión de los estudiantes.

Para complementar los tres elementos del sistema ECCA, el IGER, sumó otro personaje participativo: El Coordinador Regional, quien capacita a los facilitadores, motivando a las comunidades, asimismo se transforman en verdaderos líderes comunitarios.

Es de especial interés hacer resaltar la gran experiencia que el IGER tiene con la proyección de los proyectos de enseñanza en idiomas mayas. Confía la enseñanza en los idiomas mayas, exclusivamente a miembros bilingües de la respectiva comunidad, identificados con su idioma y cultura.

La experiencia llevada a cabo por el IGER a los

Q'eqchís de Alta Verapaz, tuvo que contar con la ayuda de la diócesis de Verapaz. En sus inicios este se planificó para mil estudiantes del primer nivel con el objeto de experimentar, el hasta entonces novedoso material Q'eqchí-español. La respuesta de éste grupo étnico fue precisa, pues se matricularon en un número de 7632 estudiantes. Los programas radiales fueron transmitidos por Radio Tezulutlán en el idioma de la región.

La labor que se había iniciado con este proyecto en el año de 1981 se vió obtaculizada por un tiempo, ya que el conflicto armado había provocado dispersión en un gran número de Q'eqchies hacia otras regiones. Fue hasta el año de 1985 que el IGER reinicia esta labor educativa.

En el año de 1984, el IGER creó el proyecto Quiché, el cual no tuvo resultados satisfactorios, parece ser, debido a una transculturación en que gran parte de la población de esas comunidades ha perdido su idioma.

Otro de los problemas serios era que no se contaba con personal idóneo para desarrollar tal proyecto. El escaso personal con que se contaba no conocía el idioma en sí.

Continuando el IGER con esta serie de proyectos educativos en idiomas mayances para personas de escasos recursos económicos y desatendidos por

instituciones que conforman la educación formal, el instituto creó en 1988 el proyecto educativo dirigido a la región Ixil.

Considerando los anteriores ejemplos que por demás resultan interesantes, los resultados obtenidos por la experiencia del IGER según TATTANBACH, FRANZ (1992:161) se toman desde los parámetros cualitativos y cuantitativos:

"En los resultados de carácter cualitativo, el primero que obtuvo el IGER, es haberse ganado la confianza de sus estudiantes, maestros orientadores, y demás personas que han conocido sus sistema educativo. Se ha logrado involucrar y concientizar a los estudiantes en el proceso educativo que promueve el IGER. Esto se demuestra por el gran número de orientadores, promotores y animadores del programa, que ha surgido dentro de los mismos estudiantes del IGER".

El trabajo del IGER no se puede dejar al margen porque ha tenido que movilizar una serie de recursos para consumir sus objetivos.

Por ejemplo el uso de las lenguas mayances en este sistema educativo demuestra que existen anhelos por consolidar la participación de los indígenas en el proceso educativo nacional. Además, se corrobora que

esta institución está realizando una labor que el Estado es incapaz de realizar.

En este proyecto se ha contemplado no provocar barreras idiomáticas entre los emisores y receptores de una comunicación y educación a distancia por la radio. TATTENBACH, FRANZ (1992:161) cimienta lo anterior al decir,

"La aceptación de los programas en idiomas indígenas por los Maya-habitantes, lo demuestra los casi 6000 Q'eqchies que estudian en su propio idioma. Los programas en idiomas indígenas han colaborado en la standarización de los idiomas que abarcan, lo que significa la revalorización y rescate de muchos elementos de la cultura Maya. Mayor relación lingüística entre los hablantes de diferentes idiomas Mayas".

El Profesor Rómulo Martínez, Comunicador Social del IGER (16-9-94) dice:

"Los resultados cuantitativos del IGER se traducen de la siguiente manera. El Instituto en el programa "Castellano de la Primaria", con lo cual dió inicio a su labor experimental, matriculó en diez años, es decir del año 79 al 89 la cantidad de 33981 estudiantes, de los cuales fueron

evaluados el 91,91% y promovidos el 96,77% y la deserción fué de 8,42 en 11 años.

En la región de Alta Verapaz con el proyecto Q'eqchi se reportó la participación de 6574 estudiantes en un período de 5 años, específicamente del 83 al 87. El resultado de evaluación fué de 72,92% y 90,29% de promovidos. En lo que respecta al año 1990 la cantidad de estudiantes rebasó los 5000".

Por todo lo anterior, queda demostrado que la comunicación alternativa aplicada por el IGER en Guatemala ha tenido sus logros a pesar de muchas vicisitudes y que sus mayores satisfacciones se encuentran en la reinserción de los indígenas guatemaltecos a la educación por medio de la radio, que si bien es cierto, este es uno de los sectores más abandonados en la sociedad guatemalteca.

PRESENCIA DE LA RADIO EN GUATEMALA

2.1) Experiencia Radiofónica guatemalteca

Dentro del quehacer comunicativo a través de instrumentos, el hombre consideró la necesidad de ampliar la cobertura de sus mensajes por medio de la radio, la cual vino a sustituir en grado considerable la presencia de la prensa (por lo menos en cuanto a lo informativo) y del cine (como medio de entretenimiento).

Muchos hombres trabajaron en la invención de la Radio, pero por ser tan complicada tardaron muchos años en hacerla funcionar y por eso este medio nació lentamente. Por ejemplo en 1868 el escosés, James Clerk, escribió la TEORIA DE LAS ONDAS MAGNETICAS, y según CASTRO, JORGE (1992:2)

"Estas ondas son las que permiten enviar el sonido a muchos kilómetros de distancia y a gran velocidad".

A Clerk se le ha considerado el abuelo de la radio. Posteriormente a este momento, vino el verdadero representante de este medio: el alemán Heinrich Rudolf Hertz, quien en el año de 1887 construyó un aparato llamado oscilador, que generaba ondas

electromagnéticas. En su honor, las ondas de radio se llaman ONDAS HERTZIANAS.

Por otro lado Hertz y Maxwell dejaron el camino abierto y muchos científicos empezaron a hacer experimentos sobre sus ideas. Se construyeron sistemas de antenas capaces de captar emisiones de ondas producidas a larga distancia.

El ingeniero italiano, Guillermo Marconi, obtuvo el logro definitivo. Así lo apunta GUEVARA V. REINALDO (1991:1),

"El 12 de diciembre de 1901 Marconi emitió una señal radio-eléctrica desde la isla de Wight, ésta señal fue captada del otro lado del oceano Atlántico en la ciudad de San Juan de Terranova".

En este sentido la Radio aparece como medio por el cual se envían mensajes hacia públicos heterogéneos, situados en diferentes regiones y a distintas distancias. De aquí en adelante la radio fue evolucionando paso a paso, cada día, se hicieron nuevos descubrimientos en beneficio de tan importante medio de comunicación.

Cuando Maxwell y Hertz descubrieron que se producían ondas electromagnéticas que podían viajar por el aire, también descubrieron que sobre estas ondas se podían montar ONDAS SONORAS producidas por un

Desde su inicio la TGM ha mantenido su programación entre los formatos musical, cultural e transmitiendo.

del edificio de la TIPOGRAFIA NACIONAL, donde continua estudios de grabación y transmisión en el tercer nivel. Con el tiempo el gobierno de turno les construyó sus programación con el slogan de "LA VOZ DE GUATEMALA". Ya en 1930 la TGA pasa a ser la TGM (Radio Nacional) y que hasta nuestro día difunde su

Angel Asturias:

de la TGA fue el recordado DIARIO DEL AIRE, de Miguel El primero de los noticieros que se transmitió a través información se obtenía de los periódicos de la época.

emisión de noticias nacionales e internacionales. La mayor uso. Esta clase de programas se centraba en la el quehacer radial guatemalteco, el Noticiero fue el de En cuanto a formatos radiofónicos elaborados para

radio recién aparecía en Guatemala. formación profesional para los locutores porque la Era lógico que no se contara con centros de

este campo".

que eran las principales fuentes de formación en extranjeros, o bien en los grupos de radio-teatro, veces autodidacta, por imitación de locutores necesidad, y por ende, la formación era muchas comunicación, se originó como una razón de

humano de todas las nacionalidades. Fue en el año de 1929 cuando por medio de una donación mexicana la radio se sitúa en Guatemala con la fundación de la TGA, cuyo nombre original fué LA VOZ LIBERAL PROGRESISTA. Esta emisora vino a provocar gran impacto en muchos guatemaltecos. GRAJEDA, DAVID (1990:70) lo confirma,

"Con la aparición de la TGA en 1929 corrió un indescriptible entusiasmo por toda la ciudad y en algunos otros pueblos del país en el que tuvieron la suerte de escucharla y que la reportaron con efusivos mensajes telegráficos".

La TGA fue la primera en hacer propaganda política en favor de la candidatura del general Jorge Ubico. Sin embargo la programación de esta emisora se centró en la difusión de música, actividad que se realizaba con discos de acetato y conciertos en vivo que configuraban una producción nacional.

Posteriormente se hizo uso de la palabra donde la participación de los pioneros de la locución guatemalteca demostraban no ser profesionales en la materia. TORRES CARRERA, JOSE MARIA (1991:2) dice,

"Las primeras voces que salieron al aire fueron las del poeta Francisco Bonilla Ruano, Federico González. Este nuevo profesional de los medios de

como medio estaba provocando gran expectación en el ser
 Guatemala no pudo escapar al uso de la radio que
 programas.

(inmediatez), así como transmitir otra clases de
 momento y desde el lugar en que se produce
 propio: la posibilidad de transmitir la noticia en el
 como medio masivo empezó a desarrollar lo que le era
 cuarenta cuando la radio alcanza su apogeo. Asimismo
 Pero es en las décadas de los treinta y los

año de 1922".

Latina fue Radio Argentina, en Buenos Aires, en el
 "La primera emisora de Radio que nació en América

movimiento,

América. BRAUN, JUAN (1977:30) nos aclara más este
 emisoras en los países más desarrollados de Europa y
 fiebre de las ondas. Comienzan a nacer las primeras
 Ya entre 1920 y 1930 se inicia una verdadera
 electromagnéticas portadoras de las señales de sonido.
 realizó un aparato receptor de las ondas
 Marconi tuvo que construir una antena. Finalmente se
 Sin embargo para lanzar estas ondas al aire
 segundo (la velocidad de la luz).
 distancias a una velocidad de 300 mil kilómetros por
 espacio en forma de ondas y puede llegar a grandes
 micrófono. Así el sonido ha podido viajar por el

informativo, salvo algunas inserciones como el deporte. Actualmente cuenta con una frecuencia modulada que se localiza en el 107.3 del dial y una en amplitud modulada en 840.

En la Voz de Guatemala desfilaron locutores destacados como Antonio Almorza, German Bayer Santacoloma, Héctor Gaitán, Otto René Mansilla, Olga Mendoza Hidalgo, Ramón Bonilla y Martha Bolaños de Prado, pionera en la formación de actores para radio en Guatemala

Como parte de la historia que le corresponde a la TGW, el Señor Rony Leiva Osegueda, coordinador de la programación de esta emisora dijo en una entrevista (21-10-94) que,

"Los domingos transmitía desde la Concha Acústica donde la gente acudía a escuchar a la Orquesta Liberal Progresista, hoy Orquesta Sinfónica Nacional. Se trasmitía además el radio teatro, el hit-parade y el inolvidable radioperiódico DIARIO DEL AIRE dirigido por Miguel Angel Asturias y Francisco Soler y Pérez".

Por lo novedoso del medio, Radio Vidaris hace su aparición en 1933 como la primera emisora privada con características comerciales. ANDREU, CORZO, GUILLERMO (1985:1) lo confirma,

"Los fundadores de radio Vidaris fueron los industriales Castillo hermanos de la Cervecería Centroamericana. El Nombre de Vidaris corresponde al de una marca de refrescos de esa industria".

Los cambios en la radiodifusión guatemalteca no dejaron de causar revuelo en el ambiente nacional, creando de esta manera un nuevo tipo de empresa que vino a comercializar el tiempo en radio.

Algunos empresarios fundaron otras emisoras como la TGX en 1931, también salió al aire la TGL-TGZ radio Morse. La primera estación en aparecer en el interior del país fué la TGO, "La Voz de Quetzaltenán", emisora oficial.

La radio desde que se inició en nuestro país no contó con un estilo propio en la locución y en la programación. Todo fue una réplica de la XEW de México que con su potente transmisor trascendía las fronteras y su señal llegaba a algunos países latinoamericanos, así lo cita BALDIZON, BYRON (1988:7)

"El primer locutor, entonces nació y se formó en base al monitoreo de otras estaciones de radio extranjera, imitando el estilo de la época".

Para corroborar esta afirmación, la revista "Desde el Eter" (1931:3) dice,

"Los locutores que más impactaron fueron los de la "XEW" de México cuyas audiciones eran clásicas en nuestro país. Uno de los más destacados fue Francisco Santibañez y su estilo se reflejó bastante en el contexto nacional".

Todo lo manifestado anteriormente reafirma que la aparición de la radio no sólo vino a entretener e informar a los seres humanos sino que también a ser un medio para ser comercializado.

2.2) Distribución actual de la radiodifusión en Guatemala

En Guatemala la radio ha tenido bastante cobertura desde sus inicios en 1929. Cabe señalar que en esta época el gobierno autorizó por primera vez las transmisiones radiofónicas con la TGA y que posteriormente pasó a ser TGU "La Voz de Guatemala". Esta emisora nace con carácter oficial y una programación combinada con formatos informativos, culturales y musicales, que aún le siguen dando presencia en el dial guatemalteco.

Con el paso del tiempo la radio a nivel mundial también tiene transformaciones. Lentamente pasa a ser un medio para vender tiempo a anuncios publicitarios.

VILLACORTA O. MANUEL R (1987:12) dice,

"Durante la década de 1920 a 1930, en los comienzos de la radiodifusión comercial, los fabricantes norteamericanos de aparatos receptores comenzaron a radiodifundir programas destinados a estimular la compra de sus productos. Muy pronto las diversas casas comerciales empezaron a descubrir la eficiencia del nuevo medio de propaganda. Los propietarios de las emisoras cobraban entonces pequeñas sumas de dinero para compensar los gastos de transmisión, iniciando de este modo la radiodifusión comercial".

Esta nueva panorámica de la radio también influyó en Guatemala e hizo que emisoras particulares cambiaran los formatos de producción.

Claro ejemplo lo constituye Radio Vidaris, emisora de los propietarios de la Cervecería Centroamericana, que aprovechando su carácter particular difundía spots publicitarios. Así lo comenta el actual presidente de la Asociación de Locutores de Guatemala "ALG", el señor Oswaldo Morales (23-10-94),

"De hecho Radio Vidaris, nació promocionando el nombre de un refresco que se producía en esa empresa cervecera, además que promocionaba a la Cervecería Centroamericana".

Este cambio en la radiodifusión guatemalteca viene a demostrar que la composición del quehacer radial nacional empezara a desarrollar una nueva empresa que dió lugar al desplazamiento de artistas y locutores, principalmente en programas para la formación y sana entretención de los guatemaltecos.

De radio oficial el medio pasa a ser privado, de lo cultural, informativo y musical, se convierte en musical y en cierto porcentaje informativo.

Actualmente existen en el país 118 emisoras privadas frente a 25 institucionales (estaciones religiosas y registradas también para organismos no gubernamentales). Otras 11 están distribuidas en 5 estatales u oficiales. Cinco pertenecen a dependencias gubernamentales y 1 que pertenece a la municipalidad de Cobán Alta Verapaz, GRAJEDA, DAVID (1990:16).

Se ha logrado observar que la radio guatemalteca es eminentemente urbana. Por ejemplo, en la ciudad capital funcionan 54 estaciones, las demás están distribuidas en números pequeños en el interior del país. Estas emisoras en su mayoría, operan en los centros urbanos de cada región, es decir en las cabeceras departamentales.

Para el uso de la emisoras en Guatemala, se utilizan tres bandas: AMPLITUD MODULADA (AM), FRECUENCIA MODULADA (FM)-esta banda se populariza en Guatemala en la década de los sesenta, cuando la

televisión empieza a invadir las principales urbes y la radio parece condenada a pasar hacia un segundo plano y LA ONDA CORTA (SW, short wave).

Para un mejor detalle de las emisoras que operan en las bandas antes mencionadas, se indica que 70 emisoras operan en amplitud modulada, 56 en frecuencia modulada y 10 en onda corta, 18 operan paralelamente en AM y FM. En cuanto al uso radial que se hace en AM es variado, así lo confirma en una entrevista, el locutor y periodista Marbin Roblero (10-10-94),

"La programación que se realiza en las estaciones de Amplitud Modulada es una miscelánea, no hay un estilo fijo, esta va de la música a los deportes, de programas noticiosos a programas religiosos".

En la Frecuencia modulada la situación es contraria, porque la programación está centrada en un 90% a la difusión musical, por ello el periodista y productor de radio Francisco Alejandro Méndez dice (24-10-94),

"La ciudad capital de Guatemala es donde se concentran la mayoría de estaciones radiales, y la programación de la mayoría de ellas está destinada a la música según el género musical masivo. Algunas difunden música tropical, es decir,

combinan la cumbia, el merengue y la salsa. Otras suenan con música en inglés y música del recuerdo en español. Todos estos movimientos musicales encuentran mejor cabida en la frecuencia modulada por su nitidez en el sonido. Sin embargo se puede notar que estaciones como "Fabulosa", "Nuevo Mundo" y "Radio Universidad" tienen espacios informativos. La mayoría de estaciones de radio son musicales. Se ha podido notar que las estaciones departamentales que corresponden a la FM también son musicales".

Otra perspectiva nos presentan las 10 estaciones que operan en onda corta. La programación es diferente a las que operan en FM y AM. Por ejemplo se pudo confirmar que estas estaciones presentan formatos noticiosos locales, nacionales e internacionales, música autóctona. En algunos casos música de masas, es decir, en inglés, tropical (merengue, salsa, cumbia y otras) que no tienen origen en el pueblo. DUARTE , ANIBAL (18-11-94) lo confirma,

"Es música que no nace del ambiente y las necesidades populares".

Asimismo, en las estaciones de onda corta se realizan programas religiosos y educativos. También

existe cierta participación de los oyentes que piden avisos o saludos para familiares o amigos. Ejemplo claro es el de "Radio Tezulutlán" en Cobán Alta Verapaz, según la experiencia del locutor Roberto Maáz (26-10-94),

"En Radio Tezulutlán en algunos espacios de música Kalebal (sones indígenas en marimba y arpa de la región de Alta Verapaz), los oyentes tienen un poco de contacto con nosotros los que laboramos en esta emisora. Ellos nos envían cartas o bien vienen hasta aquí pidiéndonos que saludemos o bien demos mensajes a sus familiares que están a grandes distancias de su comunidad".

En cuanto al inicio de actividades de las estaciones del país en las tres bandas se puede decir que difieren. Por ejemplo, en la ciudad capital las estaciones de amplitud modulada inician sus transmisiones generalmente a las 5 de la mañana hasta las 22:00 horas.

La emisoras de frecuencia modulada en un 85% operan las 24:00 horas. Las estaciones en onda corta que por lo regular se encuentran en el interior de la república como el caso de "La Voz de Atitlán", "Radio Nahualá", ambas en el departamento de Sololá y "Radio Tezulutlán" en Cobán Alta Verapaz, inician sus

actividades a las 4 de la madrugada y cierran operaciones a las 22:00 horas. Las actuales características que presenta la radiodifusión guatemalteca, es que en la mayoría de estaciones presentan música, especialmente de masas.

GRAJEDA, DAVID (1990:21) lo corrobora,

"La emisoras con nivel musical son ampliamente superiores a aquellas que presentan niveles medio y mínimo. Hay 108 frente a 25 y 9 respectivamente".

De lo anterior se desprende que la audiencia guatemalteca está sujeta a escuchar en la mayoría de emisoras música variada de masas. Quizá existe una breve variante cuando DUARTE, ANIBAL (1989:87) opina acerca de la radiodifusión guatemalteca,

"La programación religiosa ocupa un lugar importante en la vida económica, social, política y cultural y por supuesto religiosa de Guatemala, pues el 23% de las emisoras que operan en el país están vinculadas con la radiofonía religiosa.

Sin embargo la radiofonía religiosa en nuestro país tiene variantes en cuanto a su quehacer. Por ejemplo existen las llamadas Radios Religiosas

Confesionales, No Confesionales y las Comerciales religiosas.

El licenciado en Ciencias de la Comunicación Anibal Duarte explicó en una entrevista (20-9-94) estas variantes,

"La emisoras Religiosas Confesionales son las que dedican su programación completa a la difusión del mensaje religioso. La programación de las emisoras No Confesionales se divide en la difusión de mensajes religiosos y de interés general, incluyendo música de masas seleccionada. Por último se encuentran las emisoras comerciales-religiosas que no son de propiedad religiosa. Los propietarios son personas particulares que venden espacios radiales a diferentes grupos religiosos".

Otro de los parámetros para tomar en cuenta en este análisis es el de los destinatarios de la radiodifusión guatemalteca. Por lo general son jóvenes, ya que como se puede observar en el trabajo de GRAJEDA, DAVID (1990:21), la radio guatemalteca muestra una acentuada preferencia por la difusión de música, especialmente juvenil.

Las amas de casa ocupan un segundo lugar en cuanto a destinatarias de la radiodifusión nacional.

Seguidamente están los profesionales, estudiantes,

51
UNIVERSIDAD DE LA HOYERONIA DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

los niños y los campesinos.

Pueda ser que los niños y los campesinos sean los destinatarios guatemaltecos menos atendidos por las emisoras. Atendiendo el trabajo de investigación realizado por AREVALO YANKOS, FERNANDO ARTURO (1992:2) dice que,

"...se encontraron 30 programas infantiles regulares..."

Este detalle merece un poco de explicación si observamos que de las 154 estaciones que operan en la actualidad en Guatemala, 54 de la ciudad capital, 14 presentan programas infantiles y que de todas las emisoras del interior de la república sólo 5 le dedican breves espacios a los niños. Hay que hacer notar que casi el 95% de la producción radiofónica infantil en nuestro país es realizada por adultos. Los niños no son productores de sus propios programas.

Este panorama es deconsolador si se analiza que el uso de la radio es para prestar servicios a todos los seres humanos.

Por otro lado, ésta investigación logró observar que el sector campesino es el más abandonado por la radio guatemalteca -estamos refiriéndonos tanto a los campesinos indígenas como a los campesinos ladinos-. Si existe una programación dedicada a ellos, ésta no se

enfoca a prestarles un servicio para la solución de sus múltiples problemas y su inserción a la vida y realidad nacional. La ínfima programación que se les "brinda", corresponde a espacios de música ranchera y nortea mexicana.

Comercialización en la radiodifusión nacional

La experiencia en la radiodifusión guatemalteca y por lo expuesto en los incisos anteriores, demuestra que cuando lo que domina es la ley del mercado y sus reglas de competencia, se llegan a imponer más tarde o inmediatamente dos tendencias a saber: la constitución de grupos con fuertes intereses económicos y comerciales -lo que conlleva a la concentración de la iniciativa privada- y por otro lado, una baja en la producción nacional.

Todo esto ha permitido que la programación de las estaciones que se mantienen en el cuadrante nacional -específicamente las comerciales que son la mayoría- reduzcan sus costos mediante la difusión de varias horas con música de masas extranjera. Son las agencias de publicidad quienes determinan la programación, así lo confirma AREVALO YANKOS, FERNANDO ARTURO (1992:20),

"...la agencias de publicidad hacen su aparición en los últimos años de la década de 1950, en la ciudad de Guatemala... factor que incide grandemente en el contenido de la programación

radial de esa época".

En la actualidad se puede observar cómo el fenómeno determinante de las Agencias de Publicidad en materia de programación radial sigue avanzando.

El Programador de Radio Tropicálida perteneciente a la Cadena "Central de Radio", el señor Eduardo Cuyuch (27-10-94) explica,

"La publicidad se ha constituido en el principal engranaje de la programación musical de las emisoras comerciales. Esto se puede observar por ejemplo, que hay casas comerciales que por medio de las agencias de publicidad compran espacios musicales de hasta dos o tres horas. Por aparte los anuncios se apoyan en la música del momento, cualquiera sea el estilo de la música de masas".

Parece ser que de esta forma la radio en nuestro país ha creado un modo de paralizar la capacidad de pensar críticamente al auditorio. Los espacios se han cerrado por la constante difusión de programas musicales sin ningún contenido para la organización social.

Cabe señalar que de esta forma la radio ha realizado un efecto nocivo a este respecto. Por ejemplo, casi siempre las informaciones se combinan con

la difusión de mensajes comerciales, propaganda política o como lo explicara EWEN, STUART (1991:206),

"Muchas veces el conductor de un programa radial con esa voz persuasiva, sugestiva y autoritaria, influye en el público acerca de lo importante que es un artículo de consumo que ha pagado la noticia radiofónica. Toda esta actividad publicitaria se debe a ideas vulgares concediéndoles igual o mayor espacio con que se tratan algunas veces los sucesos de relevancia científica, educativa o artística. A causa de todo esto el resultado es que dejamos de interesarnos sinceramente por lo que oímos y que pueda traernos algún beneficio".

Tal vez este tipo de radiodifusión deja de exitarnos. Nuestras emociones y juicio crítico toman un carácter de indiferencia y se ven obstaculizados con lo que sucede en el mundo.

Hoy somos prisioneros de la radio comercial y de su carácter como instrumento del conformismo y su aplicación de mensajes verticales. También el campo para poder opinar o emitir palabra alguna se estrecha cada día más, y así, poco a poco se va perdiendo la identidad nacional, lo cual ha hecho más ingenua la necesidad del conformismo.

Con este tipo de radiodifusión podría decirse que

los guatemaltecos estamos vivos biológicamente, pero muertos mental y emocionalmente. Significa también que la tecnología comunicativa y las técnicas de los mensajes importados a Guatemala, se han desarrollado de acuerdo al proceso de circulación.

El productor y grabador radiofónico Otto Guatrinni (23-9-94) dice que,

"... sólo demandan las mercancías a través de la radio y se olvida del requerimiento de la presencia y perfeccionamiento de la comunicación horizontal..."

Dentro de todo este accionar de la radiodifusión guatemalteca se nota que los mensajes están determinados comercialmente y no para una orientación social, cultural, económica, política, educacional.

McLUHAN, MARSHALL (1968:36) dice,

"Los medios como la radio, no son instrumentos para aprender, pensar o explorar canales para una mayor percepción. Su función consiste sencillamente en ser cosas en sí mismas, no manejadas por gente sino que actúen sobre ellas".

Cualquiera podría decir que el enunciado de McLuhan es aceptable desde todo punto de vista si

observamos detenidamente el desarrollo de la radiodifusión nacional. En contraposición a lo expuesto por el comunicólogo canadiense, decimos que la radio es un modelo para socializar, para mantener las relaciones humanas en un medio que las puede volver extensivas. En síntesis la radio debe ser un servicio que sirva a los intereses más humanos o bien como lo apoya GASCON BAQUERO, Ma. CARMEN (1991:7),

"La radio debe ser protagonista por su especial capacidad para alumbrar ideas entre sus oyentes, para estimular la imaginación, característica vital de nuestro y su desarrollo".

Cualquier énfasis que se haga de la radiodifusión nacional se quedará corto. Está demostrado claramente que nuestro sistema radial no es un servicio público. Se ha rezagado de acuerdo a los progresos cualitativos que existen en otros países europeos y latinoamericanos.

Debe señalarse que en nuestro país no existe un sólo caso de control de las estaciones en relación a la verticalidad en la programación de música y en la información. El formato de programación musical en las estaciones de radio requiere sólo de un operador y un locutor. En otros casos el operador y locutor son la misma persona.

En síntesis, las emisoras comerciales hacen mal uso de los formatos radiofónicos condicionando al público a recibir los mensajes que a los dueños de las estaciones les interesan.

También hay que tomar en cuenta la tecnología que desplaza y margina tanto al emisor como al receptor. Este fenómeno ya había sido explicado para el contexto latinoamericano por PASQUALI, ANTONIO (1980:249)

"La reciente tecnificación del medio radio tiende a desplazar, en escala mundial, la vetusta imagen de la persona hablando en un micrófono. Los estudios radiofónicos, van convirtiéndose cada día más, en silenciosos edificios donde escuálidos grupos de técnicos orquestan el movimiento incesante de las cintas magnéticas, ya que la interposición de un canal fijador y reproductor del mensaje entre el directo y la emisión ofrece mejores garantías".

Aparte de la tecnificación radial que compete a Guatemala, en los años sesenta tiene lugar un cambio hacia los rasgos generales que la caracterizan en la actualidad. El guión radiofónico fue desplazado por la musicalización, las pautas comerciales y por la improvisación discursiva de los locutores que en la mayoría de los casos, no tienen cultura general.

Como se repite, se inició la comercialización de las emisoras importando productos enlatados, los cuales han venido a reducir drásticamente el espacio a verdaderas transmisiones con sentido educativo, cultural y de entretenimiento, distanciándose aún más de servir a las necesidades populares.

Con este perfil en la programación radial guatemalteca se ha restringido el trabajo a los artistas, locutores y los operadores de radio. Una cantidad considerable está siendo desplazada por un sistema de computación que identifica a las emisoras y proyecta los anuncios comerciales por medio de diskette. Este caso es muy reciente en Guatemala. La gerencia del grupo Radial "El Tajín" que comprende las estaciones Radio Fiesta, FM Máxima, Radio Exitos y Radio Ranchera, así como una cadena de emisoras en el interior del país, ha tenido que prescindir muchas veces del recurso humano por utilizar el sistema computarizado de musicalización y presentación de anuncios.

Por otro lado, y como una escasa contrapartida a la musicalización del cuadrante guatemalteco, los radioperiódicos han sido en algún momento únicos en superar la musicalización del cuadrante, lo cual en otro sentido no ha sido suficiente. Así lo describe el Locutor de Radio y Televisión Carlos Flores (4-11-94),

"El formato radionoticioso le ofrece a la industria cultural de masas y a sus empresarios jugosas ganancias. Por ejemplo en varias emisoras del país en que se hace uso de espacios informativos, los programas van de 30 a 60 minutos, así como cápsulas informativas que van de 1 a 2 minutos. Sin embargo puede decirse que son programas o microprogramas que sólo sirven de relleno y más importante aún, que se prestan para ser más influyente la gran cantidad de mensajes comerciales difundidos".

Se nota que en lo que va de la radiodifusión nacional, jamás ha existido la promoción de brindar una educación liberadora orientada hacia la organización de la sociedad, como medio para obtener una promoción integral preferentemente hacia las clases desposeídas.

Si la mayoría de los guatemaltecos revisara el cuadrante en su radio -especialmente en las bandas de AM y FM-, se daría cuenta que la Radio en Guatemala, en su mayoría, no tiene programas que sirvan para la educación y cambio de conducta de los individuos. Al contrario de orientar al país, sólo se detienen en transmisiones rutinarias y verticales, como la música, publicidad comercial o cualquier pequeño mensaje determinado del locutor.

Lo anterior sólo ha servido a los intereses

oligárquicos de presión que reducen a las estaciones a retransmitir material prefabricado.

Como consecuencia de lo explicado, se puede agregar que desde hace muchos años en la radiodifusión guatemalteca funciona el régimen del Oligopolio, en el cual dos o tres cadenas radiales se reparten la oferta o al público consumidor. Entre ellas podemos citar: EMISORAS UNIDAS, GRUPO RADIAL EL TAJIN, RADIO CORPORACION NACIONAL, algunas de las cuales mantienen de tres a cuatro estaciones en la capital y de seis a 8 en el interior de la república.

Con esta perspectiva, qué lejos se está de una radiodifusión nacional con acumulación de ciertas características de contenido, donde el mensaje se adapte a la situación social, económica, cultural, intelectual y del lenguaje del perceptor.

Podría decirse que el Estado es garante de lo anterior por no actuar con su papel regulador de la radiodifusión nacional sobre las élites que han sumergido más a Guatemala al capitalismo internacional, y que mediante los medios masivos de comunicación le han creado una posición de triple dependencia: la política, la económica y la cultural. La primera se relaciona con el país que sólo sigue siendo autónomo en la teoría, la segunda y la tercera se relacionan con el imperialismo internacional -principalmente estadounidense- presente aquí bajo todas las formas de:

- explotación de los recursos naturales
- presencia de multinacionales
- mercado doméstico de bienes culturales e informativos estadounidenses (lo cual crea un enlace de producción, distribución y explotación de la industria de la comunicación que conocemos en el presente).

Esta integración que no compete solamente a Guatemala sino a toda latinoamérica, se refuerza con los medios mecánico-electrónicos que vehiculizan, política, diplomática, cultural y científicamente la expansión y dinámica del capital mundial. Así lo describe JIMENEZ, JOSE HELIODORO (1991:11),

"El desarrollo de las vías terrestres, marítimas y aéreas, la reciente proliferación de medios de comunicación: la prensa moderna -acorde con la información mundial y acelerada- la radio, la televisión, el cine, las revistas, etc., surgen en razón de las necesidades del capital, concretamente para su etapa de circulación de las mercancías".

Ante esto es importante señalar, de manera particular que Estados Unidos mantiene una posición preponderante como socio comercial de la región. El país mencionado es el principal proveedor de las

importaciones de muchos artículos como de la tecnología y modelos en los Mass Media que operan por ejemplo en Guatemala.

Como elemento de base, el cuadro siguiente, presenta los países de latinoamérica que tienen contratos con las empresas CBS, NBC, ABC y la revista TIME. Todos los países de América Latina, a excepción de 7 -los más pequeños- tienen convenios con dichas empresas, es el caso de Uruguay, Paraguay, Bolivia, Guatemala, Puerto Rico, Haití y República Dominicana. Mexico, Argentina y Venezuela tienen hasta dos, tres y hasta cuatro contratos, los cuales permiten que los latinoamericanos estemos inmersos en el ambiente de la misma noticia, el mismo periódico, la misma revista, el mismo mensaje tecnificado:

	Argentina
CBS	Perú
	Venezuela
	Venezuela
NBC	México
	Argentina
TIME	Brasil
	Venezuela

ABC

Argentina
Chile
Ecuador
Colombia
Venezuela
Panamá
Honduras
El Salvador
México

FUENTE: Graziano, Margarita. Los dueños de la Televisión Argentina. Rev. Comunicaciones y Cultura Num. 7. Editorial Galerna, Buenos Aires, Argentina, pag. 188.

Quizá la radio es el medio que más ha reforzado la dependencia en nuestro país, especialmente en el campo económico y cultural. Esta última se da por causas de desigualdad entre los países débiles como Guatemala y los industrializados como los Estados Unidos, lo cual permite que la cultura del débil desaparezca mediante la influencia del poderoso.

Este fenómeno se llama aculturación, la cultura de un pueblo se impone a otro.

En términos socio-económicos, el atraso y la

dependencia que sufre nuestro país a través de la radio, son la condicionante que permite la aculturación en Guatemala. Cabe destacar cómo la dominación o la dependencia económica, política e ideológica y la práctica de una comunicación vertical y masificadora por la radio, conforman la situación o el engranaje para la imposición de pautas culturales.

Por ejemplo, a partir de finales del año de 1991 tan sólo una emisora como lo es Galaxia Super-téreo y sus 25,000 vatios de potencia que cubren el 40% del país, ha realizado un trasplante cultural en un gran número de guatemaltecos y se trasluce como pérdida de la identidad en muchos casos.

El fenómeno se da de la siguiente manera: Los hueños de la emisora son de nacionalidad mexicana, éstos se han valido de la radio para difundir la cultura del TEX-MEX, un componente de música texana y mexicana, lo cual ha permitido que a los locutores se les determine identificar a la audiencia como texanos y mexicanas.

También se ha logrado comprobar con una visita a estación radial y a través de las llamadas telefónicas de la audiencia, que las peticiones de un saludo y un saludo van acompañados de la expresión común esta:

"soy una texanita" o "soy un texano". Como se observa en este ejemplo, el trasplante cultural o la

aculturación, no sólo se da a través de la música sino por el poder económico que ostentan los propietarios de esta emisora. Los mismos son propietarios de los canales 3 y 7 de televisión. Esta masificación refuerza aún más el problema de la pérdida de identidad nacional.

Con respecto al fenómeno de aculturación, en un seminario llevado a cabo en el año de 1972 en Costa Rica por especialistas en Comunicación, organizado por la ILDIS, CEDAL Y CIESPAL, se indicó que el sistema de comunicación vertical practicado en América Latina, actualmente bajo el control de las empresas monopolísticas o de otros grupos dependientes de aquellas directa o indirectamente, procura en general las siguientes funciones sociales:

- Mantiene en funcionamiento el sistema productivo mediante el máximo consumo de bienes generados. Se dá la eliminación anticipada y en general de la conciencia del individuo y se le crean necesidades para consumo superfluo y enajenante;
- Sostiene la estructura de poder político para cimentar el orden económico y social vigente, ocultando sus contradicciones de clase;
- Refuerza una cosmovisión individualista y atomizadora de la sociedad, generada por el propio sistema productivo y multiplicada por la expansión del sistema de los medios. De allí se derivan valores

enajenantes que se promueven en todos los planos de la conducta social: sexo, familia, cultura, trascendencia;

- Reduce la capacidad crítica de los comunicadores por la saturación constante del mercado de oferta de mensajes y por la apelación manipulada a la efectividad.

FUENTE: Bisbal, Marcelino. Presupuestos para una investigación alternativa. Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación No. 28-29. Julio-Septiembre 1980. p. 23.

Este panorama de comunicación vertical impuesta a los latinoamericanos, permite que en Guatemala se de con mayor peso en la radiodifusión la actividad masificadora y por ende, la aculturación del individuo que lo aleja de todo proceso participativo.

Los generadores de la alienación y de la automatización del individuo realizan los mensajes de arriba hacia abajo favoreciendo las actitudes evasivas y de escapismo en los radio-oyentes. Asimismo se alienta el individualismo y la desorganización.

Existe por otra parte un desvío de la realidad que impide el conocimiento crítico del contexto social. El Comunicador Social Elias Pumay Argueta dice (8-11-94),

"La radio Guatemalteca presenta una realidad

fragmentada y sin forma alguna, donde el sector popular y sus acciones están fuera de una participación real y la radio aculta a sus dueños, a los verdaderos responsables de los mensajes".

Lo anterior refleja que esta actitud es una de las maneras de alentar sin discusiones la determinación ideológica a todo el pueblo, llevando el consumo a través de la publicidad compulsiva.

El bombardeo de los mensajes en sus distintas formas por la radio, ha permitido en grado significativo que Guatemala se convierta poco a poco en una filial económica de los países que poseen el control de los medios a nivel internacional.

En la actualidad los países pobres se ven influenciados por satélites de países desarrollados y de aquellos no tan desarrollados como México, pero que difunden su cultura hacia América Latina, Europa y otros continentes.

Por ejemplo, con la difusión de música TEX-MEX de origen Mexicano y la estadounidense en inglés dominantes en el plano cultural, traen consecuencias muy notorias a los países dependientes como el nuestro. ENZENBERGER, M (1974:22), dice,

"Estos países dependientes no tardan en mostrar los signos inquietantes de una nueva forma de

servidumbre que descansa esta vez, sobre la conciencia. Por lo demás la interiorización de las normas y los modelos transplantados y los modelos transportados por los bienes culturales, representa, más allá de su simple consumo, un estadio de integración, por no decir crítico".

Lo demostrativo es que la presencia constante de los productos culturales e informativos de las grandes agencias, se reflejan en Guatemala en el campo de la información y la comunicación masiva.

La información por ejemplo, es una oferta que está cristizando las visiones que existen en el mundo. Se sabe que la radio sigue difundiendo grandes cantidades de información de los países con mayor grado de industrialización en occidente y porque no decir del americano. Nuestro país no es la excepción porque se encuentra invadido de un número considerable de agencias internacionales de noticias. YUCUTE, MIRIAM (1992:5) explica,

"Actualmente existen en Guatemala 8 oficinas de agencias internacionales de prensa. Entre ellas encontramos 4 mundiales: AP, AFP, UPI Y REUTERS; dos internacionales DPA e IPS; una regional ACAN-EFE y una nacional: NOTIMEX".

Esta invasión internacional de agencias de noticias en nuestro país es parte de la inexistencia horizontal del mensaje difundido a través del medio radio.

Tampoco existe un cambio sustancial del fenómeno descrito anteriormente. Al contrario el imperialismo informativo está definido como un condicionamiento de una nación sobre otra.

Es de vital importancia hacer alusión a la presencia de las industrias culturales internacionales del disco, la edición, la publicidad, como procesos variados de internacionalización, cuyos golpes sufre Guatemala.

El origen de esta situación se ve desde una lógica mucho más extensa. En primer lugar la lógica mercantil que según Juan Alberto González Jacob (22-11-94),

"Permite la generalidad del libre cambio y da paso a todas la maneras de hegemonía, desde la política hasta la cultura".

La presente combinación de la cultura y la comunicación son la tarjeta que presenta el dominio económico y la alienación de los espíritus a los modelos ideológicos dominantes. Por ejemplo, la musicalización y el proceso informativo vendidos en el cuadrante radiofónico nacional traen consigo la

dominación y el acomodamiento de los estilos de vida.

La influencia en la manera de pensar de los guatemaltecos está determinada. Ante todo cuando esa clase de normas y modelos se convierten para los propietarios de los medios -en este caso los de la radio- en el origen de su actividad económica por los anuncios que difunden.

Estos hechos demuestran que la radiodifusión nacional, está basada en una comunicación vertical y sin aspiraciones a aperturas democráticas.

1) Actitud pasiva y dependiente del radio-oyente guatemalteco

Existe una gran preocupación por parte de estudiosos en la comunicación de saber cómo se desarrolla y está conformada la personalidad humana, cómo actúa y reacciona ante ciertos estímulos con una actividad que se supone innata.

A veces la preocupación está más en la forma de encontrar similitudes de unas a otras personas y las relaciones entre ellas. También de observar rasgos culturales que no competen a una identidad y que no van con una idiosincracia, que están lejos de las posibilidades económicas y sociales, donde el ser humano pareciera que se deja llevar por actos que en su mayoría no corresponden a los principios originales de su personalidad o a la realidad de su entorno. ADLER,

ALFRED (1975:28) dice,

"La personalidad del individuo se desarrolla mediante el estilo que uno se forja, la herencia nos confiere las aptitudes; el medio ambiente nos moldea y de ambos nace nuestra actitud ante la vida. La creatividad y la individualidad son las características esenciales mediante las cuales el hombre es dueño y no víctima de su destino".

Esta referencia nos conduce a considerar que nadie nace predestinado, parece que ningún ser humano viene a este mundo a realizar una serie de actividades pre-establecidas.

La tesis de que los seres humanos están conformados por cualidades que los distinguen entre sí está sostenida por los hechos que presenta la vida, así como el crecimiento y la madurez que conforman los atributos perdurables. Este proceso que en sí resulta complejo, constituye la base para calificar a una persona como un individuo autónomo y consciente de sus actos o como limitado y dependiente de los demás.

Se ha querido anotar esto para situar el carácter global del radio-oyente guatemalteco ante la radiodifusión nacional que como se vió en el inciso anterior, en un buen porcentaje reduce su actividad a la presentación de música, información y anuncios

comerciales extranjeros.

En este rango al receptor de la radio guatemalteca se le puede clasificar como dependiente. Esto le implica una conducta de necesidad o de competencia, creándole un problema que no existe en la manifestación de sus necesidades. Al contrario su dependencia se ha vuelto excesiva y no permite que un número representativo de receptores hagan uso de sus capacidades para salir adelante.

La actitud de dependencia se manifiesta en la inmensidad de actos de la vida diaria a los que se somete el individuo. Depende de los criterios y valores que otras personas lejanas se forjan de él.

Por ejemplo, el radio-oyente es dependiente de la programación de música ligera existente en la radio de su predilección. Está tan condicionado que lo aleja de los pocos programas radiales que tratan sobre problemas sociales, políticos, económicos, etc.

Cabe decir que la programación regular de la radio representa para la mayoría de los guatemaltecos un escape de la realidad. La música que se difunde diariamente se transforma como la mejor compañera en su soledad, causada probablemente por sus frustraciones.

Esta dependencia aparte de sus manifestaciones y como lo observa el licenciado en Psicología Ernesto Sitamul (22-11-94), le ha creado dos características:

"El conformismo y la pasividad, que logran diferentes formas de expresión y que se reflejan desde una marcada debilidad anímica y una falta de motivación por organizarse y participar en la búsqueda de sus satisfacciones reales".

Como podemos darnos cuenta, esta incapacidad la ha obtenido en un buen grado del carácter discriminativo de la radio guatemalteca al no permitirle participar directamente en el medio. También demuestra que su papel es secundario.

Basta decir que en materia de comunicación la radio guatemalteca presenta signos de atrofia, hay demasiada información y de anuncios publicitarios, que quiérase o no, ha sido reflejo de una estructura cultural subdesarrollada producto de una cultura de masas.

Nuestro país no puede alejarse de esta realidad que sufre latinoamérica y de la cual PASQUALI, ANTONIO (1972:105) dice,

"Empleamos la expresión subdesarrollo cultural para connotar en forma genérica y universalmente comprensible, el nivel cultural de una totalidad social cuya estructura sea más de tipo de masa que del tipo de público (y que según categorías comunicacionales corresponde a un predominio de la

relación de información sobre la relación de comunicación propiamente dicha)".

Al no participar de la historia guatemalteca y no comprender a fondo las propias necesidades, el oyente guatemalteco desconfía de su futuro y actúa sistemáticamente en actividades rutinarias que no alcanzan a darle un verdadero sentido a su existencia.

Esto explica por qué tantos oyentes se vuelven dependientes de cosas sin importancia, y por qué sus vidas nunca se encaminan hacia finalidades establecidas por sí mismos.

En nuestro país se ha dado el fenómeno de la libre empresa de la radio y no existe un control estricto para regular las programaciones. Hasta el momento el funcionamiento de las emisoras del país sigue siendo regulada por una ley que data del 10 de marzo de 1966.

A los responsables de aplicar esta ley les concierne vigilar el uso de las frecuencias para radios y canales de televisión. En una de las partes de esta ley de radiodifusión y televisión nacionales que está vigente desde hace 28 años, enfatiza que al Estado le corresponde conferir las frecuencias y que a través de ellas se tiene que mantener el respeto a los principios de la moral, la dignidad humana y al vínculo familiar.

También a contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo, conservar la propiedad del idioma, exaltar

los valores materiales y espirituales de la nación. Fomentar y divulgar los principios de la democracia, la unidad nacional, la amistad y cooperación internacional. Mantener un prudente equilibrio entre el anuncio comercial y el conjunto de la programación.

La situación es difícil y casi nada de lo anterior ha sido tomado en cuenta como para fomentar las bases de una nacionalidad, acto que corresponde a autoridades supuestamente competentes. El concepto y función verdaderos de la radiodifusión nacional han sido abandonados en las manos de pequeños grupos comerciantes que han alienado y enajenado a Guatemala.

Todo lo anterior ha provocado una falta de nacionalidad y la pérdida del yo de los guatemaltecos.

Si los procesos culturales del disco musical extranjero producen enajenación, también lo causan los excesos o el desborde de la información internacional en nuestro entorno. Como país periférico la dependencia es mayor.

El papel que ha venido desempeñando la radiofonía guatemalteca, configura lo dicho por McLuhan, Marshall (1974:247),

"Los nuevos medios hacen posible un retorno a la relación tribal ya que convierten al mundo en una nuevo tipo de aldea global. Las nuevas técnicas permiten una información que une al globo y

permiten el nacimiento de una conciencia mundial que significan la libertad jamás alcanzada por la humanidad".

En ningún sentido puede existir de esta manera libertad si los dueños de información extranjera manejan todo esto de acuerdo a sus intereses.

Se ha demostrado que los países con un poder económico abundante, relegan a los países chicos en materia económica a ser consumidores de información y productos culturales que no les pertenecen. En Guatemala es curioso porque ni siquiera vivimos en un verdadero sistema neoliberal. La oligarquía está representada por individuos feudalistas que arrancan al régimen capitalista el extremo de la alienación.

En estas circunstancias el radio-oyente guatemalteco con su actitud pasiva y conformista se incorpora a un subdesarrollo cultural. Esto no significa que en Guatemala se carezca de expresiones culturales propias, sino más bien que no se lucha por practicar un proceso real de comunicación social que implique a todos los sectores que conforman la nación a través de los medios como la radio. Recordemos que somos una país pluricultural.

No está demás decir que la insuficiencia comunicacional provoca la inexistencia de un público tremendamente amenazador particularmente para las

clases menos

pudientes.

La presentación de bienes supérfluos por la radio y la paralela aceptación por un "público masa" ubica al oyente guatemalteco como consumista.

No podemos pasar por alto que la radiodifusión nacional se encuentra subordinada por la capacidad comercializadora de los dueños de las radios y quienes colaboran a mantener el statu quo.

Actualmente hay un vacío de de unidad que significa en pocas palabras regresionismo cultural.

Basta recordar cómo paulatinamente se le ha dado el revés a algunas demandas colectivas.

Casi no hay emisoras en Guatemala que renuncien de las pautas comerciales y si existe una subordinación del medio radio a las agencias anunciantes es porque no existe paridad de relaciones. Tómese en cuenta que los dueños de las radios no incentivan la producción radiofónica.

Lo que sí existe es una sacralización del éxito y una tendencia a creer que la pobreza no es el resultado de la injusticia sino el merecido castigo a la ineficiencia, con esto se está de acuerdo con GALEANO, EDUARDO (1994:36) quien explica,

"Está de moda el modelo neoliberal, pero que de nuevo no tiene nada, porque es una idolatría del dinero que viene de muy atrás, especialmente con

la cultura de masas; no es nueva esta historia de confundir la libertad del dinero con la libertad de las personas, pero la libertad del dinero en la historia latinoamericana ha sido siempre enemigo de la libertad de las personas".

Para que la libertad mediante la democracia pueda ser real en lo político y económico, es importante que la cultura guatemalteca se autodetermine cambiando el sistema de comunicación, especialmente en la radio.

Actualmente el individualismo y la soledad que provoca la radio en nuestro país, no responde a revelar la cotidianidad de los oyentes guatemaltecos.

CAPITULO III

Radio Universidad y el reto comunicacional

Antecedentes de la emisora

"Radio Universidad" de la Universidad de San Carlos, surgió como medio de Comunicación Social de acuerdo al considerando emitido por el Honorable Consejo Superior Universitario de fecha 8 de octubre de 1992, el cual en su segundo inciso dice,

"... para la Universidad de San Carlos resulta necesario contar con medios de comunicación de mayor amplitud y cobertura, que permitan la difusión de programas educativos, culturales, informativos, de entretenimiento y de servicio a la comunidad".

Por otro lado, el REGLAMENTO DE LOS MEDIOS DE RADIODIFUSION DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, aprobado por el Honorable Consejo Superior Universitario con fecha 8 de octubre de 1992 en sus DISPOSICIONES GENERALES y el Artículo 1o. dice,

"En cumplimiento del Artículo 4o. de los Acuerdos Ministeriales números 4-90 y 5-90 del Ministerio de Comunicaciones, Transporte y Obras Públicas, el uso de la frecuencia asignada a la Universidad de

San Carlos para que opere Radio Universidad, se regulan por las disposiciones legales contenidas en la Ley de Radiocomunicaciones y los Convenios Internacionales asignados por Guatemala".

De esta cuenta se le concedió a la Universidad de San Carlos la Frecuencia Modulada de 92.3 y las siglas con que se identifica: "TGRU", Transmisiones Guatemaltecas, Radio Universidad.

En cuanto al inicio de operaciones de la radio, el Comunicador Social Armádo Cú Morán (22-2-95) explica,

"Radio Universidad sale al aire por primera vez en octubre de 1991 bajo la Coordinación del Periodista David Grajeda. Su potencia inicial era solamente de 750 vatios lo cual no le permitía una gran proyección".

En esta primera época de Radio Universidad, se puede decir que las labores eran sólo para identificar la emisora. Esta actividad cubría cuatro horas de 8:00 a 12:00. Según el Locutor Ramón Bonilla (23-8-94),

"En este tiempo, Radio Universidad estaba sólo para captar audiencia".

Las instalaciones donde operaba Radio Universidad

en la primera etapa de transmisiones, era en el segundo nivel del Edificio de Bienestar Estudiantil, Ciudad Universitaria, zona 12.

Posteriormente el Rector Magnífico de la USAC, doctor Alfonso Fuentes Soria solicita al Director de Radiodifusión Nacional el traslado de la radio a otras instalaciones. Esta información está contenida en el oficio de fecha 28 de abril de 1994 que dice,

"El propósito de la presente es para solicitarle muy atentamente que, de acuerdo a las atribuciones que le asigna la Ley de Radiodifusión y Comunicaciones, se sirva autorizar el traslado de la planta de transmisión y estudios de Radio Universidad, del local ubicado, por Acuerdo Ministerial No. 4-90, en el edificio de Bienestar estudiantil de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Ciudad Universitaria, zona 12, al centro Cultural Universitario, 2da av; 12-40 zona 1, Ciudad de Guatemala... Estos cambios de ubicación permitirán alcanzar mayor cobertura, para poder cumplir con los objetivos culturales y educativos de Radio Universidad".

Sin embargo hay que hacer notar que Radio Universidad empezó a transmitir en sus nuevas instalaciones el 29 de enero de 1992, fecha en la cual

quedó inaugurada oficialmente por el Rector.

En esta segunda etapa de Radio Universidad, la Coordinación queda a cargo del Comunicador Social Señor Ramón Bonilla Riveiro. Asimismo el Personal de la emisora queda integrado por reconocidas personas de la radio, tales como: MARIO PIEDRACANTA ARANDI, Jefe de Programación; OTTO QUATRINNI, Jefe de Producción; CESAR GARCIA CACERES, HERBERTH MENESES, ROMEO ASTURIAS, JOSE MARIA TORRES, CARLOS FLORES, locutores-productores; LUIS JAVIER BONILLA, FREDY MAGDIEL HERNANDEZ Y MAX ROBELO, operadores.

Posteriormente a este grupo, para el segundo semestre de 1992 llegaron YOLANDA SOLIS, CLARA LUZ BARRIENTOS, FERNANDO AREVALO YANKOS Y MARVIN ANIBAL CUZ KUCKLING como locutores-productores.

Muchas personas de las mencionadas han dejado de laborar en Radio Universidad.

Un factor importante que determina la existencia de la emisora en el cuadrante nacional, es la ayuda que la Embajada Española en nuestro país brinda a las autoridades universitarias. Puede decirse que la mayoría de equipo de transmisión con que cuenta la radio es por la colaboración de las autoridades españolas. Así lo declara el Locutor Ramón Bonilla (23-8-94),

"Radio Universidad es un medio que cuenta con la

colaboración desinteresada de las autoridades españolas. El equipo es netamente profesional y de alta tecnología".

En cuanto a la programación y horario de transmisión de Radio Universidad desde el momento de su oficialización, toma otro matiz, según lo declara la locutora Yolanda Solís (18-7-94),

"La radio empieza a hacer presencia por lo menos en el auditorio de la ciudad capital, porque sólo se contaba con un transmisor de poca monta, es decir, de poca fuerza. Sin embargo el medio empezó a relegar a muchas emisoras tradicionales a segundos planos".

Otro de los factores que favoreció a la segunda etapa de Radio Universidad fué darle más tiempo a los horarios de transmisión, así como definir la programación con radio-revistas, charlas dialogadas, charlas expositivas, espacios musicales, etc.

Por ejemplo, la programación de lunes a viernes era de 6:00 de la mañana a 14:00 horas. Al respecto el Señor Otto Quatrinni quien fuera primer Jefe de Producción de la Radio nos dice,

"En este nuevo proyecto de Radio Universidad lo

que se pretendía era que nuestro esfuerzos estuvieran encaminados a programas de contenido, dentro de sistemas abiertos y especializados, creando en el oyente un cierto hábito de escucha con una radio diferente".

Es importante destacar que en esta etapa de Radio Universidad, la emisora contaba ya con un transmisor de 1 Kilovatio de potencia.

Sin embargo conforme el tiempo pasaba el Coordinador Señor Ramón Bonilla, y de acuerdo a las necesidades de la radio, solicita otro transmisor con mayor potencia al Rector Magnifico doctor Alfonso Fuentes Soria. Este a su vez con oficio del 12 de noviembre de 1993 se dirige al Director de Radiodifusión Nacional expresándole lo siguiente:

"... solicito a usted, en base a las atribuciones que le asigna el inciso Cuarto del Artículo Séptimo, capítulo II de la Ley de Rdiocomunicaciones, autorizar el aumento de potencia a 10 Kws, con lo que lograremos una cobertura del 90% del país, lo cual nos permitirá servir a mayor cantidad de guatemaltecos que necesitan tener acceso al conocimiento".

Según el Locutor Mario Piedrasanta Arandi (23-10-

94) quien cuenta ya con tres años de laborar como Jefe de Producción en Radio Universidad, las aspiraciones de la emisora por mejorar técnicamente y profesionalmente se hicieron patentes,

"A principios del año de 1993 el Coordinador de la Radio, el Señor Bonilla sostuvo una reunión con la comisión de radio de esta emisora y se acordó comprar un transmisor de 10,000 vatios de potencia, el cual se entregó el segundo semestre de ese mismo año. Este aún no se ha podido instalar en el cerro Alux por cuestiones burocráticas con la Dirección de Radiodifusión Nacional".

Corroborando lo anterior queremos decir que el transmisor de 10 mil vatios aún no se ha podido instalar.

Lo que pretende Radio Universidad al estar instalado el potente transmisor es que no sólo sea una emisora diferente para los guatemaltecos o como lo expresa el periodista y escritor Francisco Alejandro Méndez (13-11-94), Jefe de Producción de Radio Universidad,

"Los deseos tanto de las autoridades de la Universidad de San Carlos como de los que tenemos un quehacer radiofónico en esta emisora, es que la

Universidad extienda su saber y su ideología a toda Guatemala. Que sepa llevar educación a las clases más necesitadas e informar de lo que corresponda a nuestra realidad, además de entretener de acuerdo a nuestra identidad".

Siempre con la inquietud de saber acerca de las metas y objetivos de los que hacen posible Radio Universidad el Señor Roberto Zetina (23-11-94) Ingeniero Técnico de la emisora nos explicó,

"Lo que se pretende es que la cobertura de radio Universidad sea a nivel nacional. Queremos que con el nuevo transmisor trascendamos algunas fronteras patrias y asimismo se conozca parte de Guatemala en lo positivo".

Con lo expresado por personas que han trabajado y siguen trabajando para Radio Universidad, nos damos cuenta que en su breve historia, las ambiciones son grandes no sólo por ampliar la potencia a nivel técnico sino por transformar la radiodifusión en Guatemala. Por ejemplo, actualmente se cuenta con equipo considerado como moderno y la programación se ha ampliado en cuanto al horario de transmisión. Es así que de lunes a sábado se transmite de 6:00 a 22:00 horas y los domingos de 8:00 a 18:00 horas.

3.2) Marco Ideológico de Radio Universidad

De acuerdo al Reglamento Interno de Radio y Televisión Universitarias aprobado por el Consejo Superior Universitario durante el periodo del Rector Magnifico doctor Alfonso Fuentes Soria, y conforme al informe de labores de Radio Universidad año de 1992, podemos decir que este medio, es un proyecto que se identifica como emisora Educativa, Cultural, Científica, Informativa y de Entretenimiento. Con una metodología participativa entre el emisor y el receptor.

3.3) Objetivos de la emisora

Los objetivos fundamentales de Radio Universidad conforme a lo establecido en el documento de radio y televisión universitarias son:

- Difundir el conocimiento científico, tecnológico y humanista.
- Promover la identidad guatemalteca.
- Realizar una sana, atractiva y recreativa programación, vinculando a los distintos sectores universitarios entre sí y con el país.
- Mantener respeto a la moral y a la dignidad humana en el uso de la frecuencia autorizada.

3.4) Funciones de Radio Universidad

- Las funciones de Radio Universidad son:
- difundir una programación de naturaleza educativa, cultural, informativa y recreativa, coherente con los objetivos fundamentales anteriormente descritos.
 - Asumir el compromiso de divulgar con prioridad los contenidos y programas provenientes de las unidades académicas y organismos administrativos de la USAC.
- Cumplir con las disposiciones generales, con las normas contenidas en el reglamento de Radiodifusión Universitaria, orientados principalmente a apoyar la extensión universitaria.

3.5) Grupo objetivo de Radio Universidad

El acercamiento que tuvimos a los objetivos y funciones de la emisora anteriormente anotados, permite explicar que Radio Universidad tiene como grupo objetivo a toda la población, es decir sin especificaciones de cultura, etnia, edad, sexo, estrato social, etc. Sin embargo más adelante nos daremos cuenta que la programación de la radio no se ajusta al grupo objetivo en general.

3.6) Estructura y funcionamiento de Radio Universidad

Para su funcionamiento, desarrollo y supervisión administrativa, la radio está adscrita a la Dirección General de Extensión Universitaria por medio de su Area

de Comunicación Social, a la que corresponde orientar el trabajo de Radio Universidad.

Por otro lado, como apoyo a las políticas educativas, culturales y recreativas que impulsan Radio Universidad, se crea el Consejo de Radio, el cual está constituido por el Director General de Extensión Universitaria quien lo preside, los Coordinadores de Comunicación Social y Desarrollo Cultural de dicha dirección, un representante del Rector, un representante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la USAC, el Coordinador de la Radio.

3.7) Organización del Personal de Radio Universidad

A continuación, se notará cómo está organizada Radio Universidad y el tiempo que labora diariamente cada trabajador de la emisora:

- Coordinador de Radio (8 horas), conduce la emisora.
- Jefe del departamento de Producción (8 horas)
- Jefe del departamento de Programación (8 horas)
- Departamento de Recursos Humanos (8 horas)
- 2 Investigadores Temáticos y Productores (4 horas)
- 5 Locutores-Productores (4 horas c/u)
- 5 Operadores (5 horas c/u)
- 1 Secretaría Recepcionista (8 horas)
- 1 Auxiliar de Tesorería II (8 horas)
- 1 Encargado de Servicios y Mensajería (8 horas)
- 1 Técnico en electrónica (horario flexible).

3.6) Programación de Radio Universidad

En este inciso haremos la presentación de los programas que la emisora tuvo al aire de lunes a viernes tomando como parámetro los años 1992-1993. Esto fue realizado de esta manera porque durante este tiempo son pocos los programas que se han ido cambiando dentro del quehacer radial de la emisora.

Es importante anotar que este contenido programático es el único que está archivado en los informes laborales de Radio Universidad correspondientes a los años 1992-1993.

PROGRAMAS

6:00-6:05 Apertura de la estación (PI)
6:05-6:55 Buenos Dias (PI) FORMATO LIBRE
7:00-7:25 Guía Universitaria (V) NOTICIOSO INFORMATIVO
7:30-8:25 Miscelánea (PI) RADIO REVISTA INFORMATIVA Y
MUSICAL
8:30-9:55 Páginas Seltas (V) RECITAL COMENTADO
9:00-9:55 Voces de Mujeres (V) CHARLA EXPOSITIVA
10:00-10:55 Testigo del Tiempo (PI) RADIO REVISTA
11:00-11:55 Senderos de Hormiga (V) REVISTA EXPOSITIVA
12:00-12:25 Panorama I (V) RADIO REVISTA
12:30-12:55 Fide la Palabra (R) COMENTARIOS
13:00-13:25 Meditación (G) MUSICAL

13:00-13:55 Guía Univeritaria (V) NOTICIOSO
INFORMATIVO

14:00-14:55 La Música y Usted (G) MUSICAL

16:00-16:55 Decodificar (PI) RADIO REVISTA INFORMATIVA

17:00-17:25 Panorama I (R) RADIO REVISTA

17:30-17:55 Panorama II (V) RADIO REVISTA

18:00-18:25 Hablando Contigo (V) CHARLA EXPOSITIVA

18:30-18:55 En Primera Fila (V) ENTREVISTA COLOQUIAL

19:00-19:25 Páginas Sueltas (R) RECITAL COMENTADO

19:30-21:55 La Magia de la Música (G) MUSICAL

22:00 Cierre de transmisión

Para una mejor ubicación en cuanto a la programación anteriormente anotada, es importante explicar lo siguiente:

- Las iniciales (PI), (V), (G), (R), significan Producción Instantánea, en Vivo, Grabado, Reproducción, respectivamente.
- En Radio Universidad la programación está distribuida con espacios de media y una hora. Sin embargo, los programas de treinta y sesenta minutos no abarcan ese tiempo. Entre cada uno de ellos existe un espacio de cinco minutos que están seleccionados para difundir cuñas, mensajes promocionales, cápsulas científicas y de interés para el auditorio.
- Los días sabados y domingos, se utilizan para repetir los programas de relevancia que se pasan

de lunes a viernes.

- De acuerdo a una Disposición Específica contenida en el proyecto de Radio y Televisión Universitarias, marzo 1992, en la Comisión de Programación de Radio Universidad tendrá participación, de acuerdo a los convenios establecidos, un Delegado de la Agencia Española de Cooperación Internacional.

3.9) Radio Universidad, Comunicación o Información?

El problema de la comunicación en nuestro días está planteado desde diferentes puntos de vista. Diferentes naturalmente, porque se sabe que tiene sus divisiones y por la existencia misma de la información.

Sin embargo, no deja de ser atractivo el hecho de que tal división surja hoy como necesidad de mejorar las relaciones sociales.

Por ejemplo la COMUNICACION, es el proceso que permite mejores relaciones dialógicas entre los individuos. Es el proceso en el que ocurre una transferencia de información a través del intercambio de ideas, sentimientos y emociones.

La INFORMACION está lejos de cumplir con relaciones abiertas entre los individuos. Sólo es el emisor el que maneja una serie de mensajes sin recibir respuesta del receptor.

De lo corurrido entre comunicación e información, PASQUALI, ANTONIO (1980:49-50) explica,

"Por comunicación o por relación comunicacional entendemos aquella que produce (y supone a la vez) una interacción biunívoca del tipo del *con-saber*, lo cual sólo es posible cuando entre los dos polos de la estructura relacional (Transmisor-Receptor) rige una ley de bivalencia. La información sugiere la presencia de un polo receptor conformado por un "interpretante" racional, no hay relación dialógica".

Queda claro entonces, que la comunicación es el principio social del intercambio de ideas, mientras que la información ha sido tipificada en un carácter de mensajes enfocados de arriba hacia abajo.

Es importante anotar que cuando se trabajan los fenómenos de comunicación e información en los MASS MEDIA como la radio, estos no corren parejas.

En el caso de Radio Universidad y de acuerdo a la investigación presente, se puede observar que la programación está constituida por formatos abiertos y especializados donde la información se trabaja más que la comunicación.

Por ejemplo, entre los programas abiertos están las radio-revistas *Miscelánea*, *Testigo del Tiempo*, *Panorama I y II* y las charlas dialogadas de *Voces de Mujeres* y *En Persona* que abarcan por sus

características a públicos abiertos, a una audiencia amplia y heterogénea. Sin embargo, estos programas no aplican el proceso real de comunicación. En ellos más que todo, se plasma la información que no permite la participación directa de los posibles receptores para un respuesta a los mensajes recibidos.

Las radio-revistas difundidas en Radio Universidad son programadas de acuerdo a cables proporcionados por las agencias internacionales de información como ACAN-EFE y UPI. Asimismo se usa material bibliográfico que casi no da tiempo para un análisis completo del contenido.

En el momento en que se está difundiendo una radio-revista, se hace uso del servicio de transcripciones de Radio Nederland (Holanda), y Radio Exterior de España cuyos contenidos científicos, medio-ambientales, deportes y música vienen si se quiere tomarlo así, a apoyar dichos formatos.

Las charlas dialogadas como Voces de Mujeres y En Persona son programas abiertos que también no proporcionan una real participación de los oyentes para expresar sus dudas y no estar de acuerdo con esto o aquello. Se pudo constatar que casi siempre existe distorsión en el mensaje y uso excesivo de la información. Esto no significa estar en contra de ella.

Recordemos que el principio de la LIBRE CIRCULACION DE LA INFORMACION fué incorporado en la

Carta de las Naciones Unidas en 1948, específicamente en la DECLARACION UNIVERSAL DE LOS DERECHOS HUMANOS. El Artículo 19 declara La Libertad de Información como un derecho humano fundamental. En cuanto a esto, veamos lo que anota McBRIDE, S. (1980:131),

"Toda persona tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye la libertad de sostener sus propias opiniones... y de buscar, recibir e impartir información e ideas a través de cualquier medio de comunicación al margen de las fronteras".

Acogidos a lo anterior, es razonable la libertad de informar y de estar informados. Sin embargo el uso que se le da a la información en Radio Universidad parece no tener el balance que se requiere.

Por ejemplo, casi toda la información que se difunde en las radio-revistas antes mencionadas tienen que ver con notas internacionales, en su mayoría sensacionalistas, que no le aportan participación al oyente.

De esta manera se puede sostener que el abuso en el uso de la información en dicho medio, se contrapone a los establecido en el numeral 11 del Reglamento Interno de Radiodifusión Universitaria, el cual está expresado de la siguiente manera:

"Radio Universidad y TV USAC quedan obligadas a organizar la difusión de programas especiales de interés nacional y regional y, en particular, la de aquellos que promueven la aplicación y respeto a los derechos humanos, la libertad de organización y expresión del pensamiento, la correcta aplicación de la justicia, la unidad nacional con respecto a la diversidad étnica y cultural, el planteamiento de medidas que ayuden a resolver el analfabetismo, la educación para la salud, la preservación del medio ambiente y la superación de los problemas sociales del país".

Aplicado lo anterior sería cambiarse a un verdadero proceso comunicativo, donde la información tendría un carácter formativo, atendiendo los problemas inmediatos de la sociedad, así como la búsqueda de sus posibles soluciones.

Parece ser que el problema de la comunicación en Radio Universidad se ha presentado como necesidad no satisfecha, o cuando menos, no satisfecha a ciertos niveles de conciencia.

Podría decirse que no existe la comunicación, o que la incomunicación es el rasgo más sobresaliente de los modos de información en Radio Universidad. La comunicación existe. Pero en cada caso lo que hay que

preguntarse es qué es lo que se comunica y cuánto queda por comunicar.

Por otra parte, debemos recordar que la comunicación entre los individuos es social, fundamentalmente pública. Lo expresado en ella no va dirigido a un grupo determinado ni delimitado. Al respecto MALETZQUE, GERHARD (1980:46) anota,

"Una colectividad dentro del marco de la comunicación social, se compone por regla general de un número relativamente grande de personas..."

Cabe explicar que en el proceso comunicativo no basta con hacer número. Los componentes de una colectividad tienen que intercambiar sus ideas para que se transformen una serie de circunstancias que les obstaculizan mejoras en la calidad de vida, una participación más digna dentro del marco de la sociedad en que puedan desenvolverse, etc.

La comunicación social es en su orden, la verdadera participación de todos. Esta dinámica participativa de todos depende de muchas circunstancias, por ejemplo: que el emisor de los mensajes se constituya como receptor.

Lo aplicado hasta hoy en Radio Universidad en materia de programación está muy distante del verdadero proyecto con que nació. La Coordinación de la emisora

está sujeta a la censura de la Comisión de Radio representada por el director de Extensión Universitaria de la San Carlos, quien de acuerdo a lo investigado, casi nunca es un profesional de la Comunicación Social, especialmente para realizar trabajo en radio.

Otro de los errores grandes en que ha caído Radio Universidad es en la imposición de su programación. No ha existido un verdadero estudio de la población meta en general para desarrollar la comunicación que se pretende o cuando menos la información a difundirse. La población meta de la emisora es toda la población guatemalteca (ver inciso 3.5 de éste capítulo).

Es cierto que el proceso de la comunicación está codeterminado por la circunstancia de cómo se observa el emisor. Esto no es suficiente, se requiere que el comunicador, su tarea y su rol social, se concreten de acuerdo a las relaciones con su realidad y su entorno. Al respecto PINTO, ROGER (1981:67) aclara,

"Lo que produce el comunicador y la manera en que configura su mensaje está codeterminado en forma decisiva por sus relaciones sociales".

Ahora bien, si las relaciones sociales determinan los mensajes, en Radio Universidad se nota que existe un desfase entre los requerimientos de la realidad. Por ejemplo, permite implícitamente hablar de determinadas

cosas, lo cual en su reverso supone no hablar de muchos otros temas. CASTILLO DEL PINO, CARLOS (1970:9) opina,

"La habituación a un uso determinado de mensajes y la subsiguiente deshabituación de hablar de aquello de lo que también se debería, se podría, se desearía hablar, coarta el contacto con la realidad. De esta forma, se da, en cada estructura social precisa, comunicación a cierto nivel, con la consecuente incomunicación de lo que radica a distintos niveles".

En este sentido podría afirmarse que: EN RADIO UNIVERSIDAD HAY INFORMACION SIN COMUNICACION. Esta afirmación esta basada en la anterior contradicción y nuestro acercamiento a la emisora.

La información sólo exige la comprensión a lo emitido, más no todo lo emitido es comunicable. En el proceso correspondiente a la comunicación social existe el perceptor, que es toda aquella persona que descifra un mensaje difundido por medios de comunicación y se halla comunmente bajo la influencia de la comunicación directa o inmediata.

Por el lado de Radio Universidad la comunicación se ha visto relegada, quizá no porque exista un alto grado en la especialización en la información sino porque se ha desviado de los objetivos primordiales

lo que se quiso. El material a difundirse es revisado por controladores (guarda vías) que le han dado un marco preferencial a la difusión de mensajes muchas veces sin sentido. Por ejemplo, la difusión del ambiente económico en Europa y América en términos especializados.

Este fenómeno lo explica el periodista y escritor Francisco Alejandro Méndez (13-11-94), actual Jefe de Producción de la radio,

"Lo que sucede en Radio Universidad es que, todavía hay temor por comunicar. Temor a que el oyente se vuelva un receptor de una comunicación social comprometida a transformar parte de la realidad. Con respecto a las notas económicas que se proyectan a través de radio-revistas como Panorama I y II sólo han servido para relleno y porque verdaderamente se desconoce del quehacer radiofónico a nivel de las necesidades que se presentan a diario en Guatemala".

La confirmación está dada, el "comunicador" de Radio Universidad parece que no ha hecho un previo estudio de su audiencia acorde con un plan de trabajo que permita influir positivamente en el comportamiento del receptor. No se ha formado idea de su público y ni anticipa a su trabajo las reacciones de los receptores.

Posiblemente algunos programas especializados como Páginas Sueltas (programa de proyección literaria guatemalteca) y los Misterios de la Naturaleza, sean espacios donde cierta cantidad de personas reciben y entienden los mensajes. En estos programas la participación del público se ha logrado de dos maneras: de la manera directa asistiendo a la radio o bien por teléfono.

La otra forma de acercarse a los mensajes recibidos mediante una relación comunicativa se da por medio de las cartas y telegramas remitidos a la estación, que muchas de las veces tienen un análisis de los productores de los programas antes mencionados.

Es posible que el oyente de Radio Universidad no ha sido contemplado como receptor significativo. Esto se deduce por la manera de imponer una programación y determinar por simple intuición lo que al público pareciera gustarle. Hay que recordar que el receptor del mensaje que intenta transmitir el emisor, es tan protagonista como éste del proceso de comunicación y han de ser tenidos en cuenta para que realmente se de una relación de bivalencia.

Esta cuestión no ha sido tomada en cuenta como tal, lo cual permite mantener al margen a la población meta. El emisor muchas de las veces se ha sentido conoedor de todo o como bien lo dijera COLL-VINENT (1973-94),

"El emisor ha sido tenido como eje y como figura central y prácticamente única, mientras que el auditorio ocupa un segundo lugar. El emisor es una especie como de oráculo y los que escuchan, carentes las más de las veces, de espíritu crítico".

Ante este enfoque, es posible que nos encontremos con una realidad que exige no conceder la máxima beligerancia a las personas que oyen. Sujetos siempre activos, potencialmente al menos que pueden en cualquier momento, si existen cambios en materia de comunicación social, interrumpir e interpelar al emisor, logrando que sobre la marcha se inviertan los papeles. Convirtiéndose los receptores, por turno o escogiendo representantes, en emisores de mensajes, y el que habla en receptor.

Emma Herrera, reportera y redactora de Radio Universidad (10-10-94) dice,

"La emisora se encuentra en una realidad que hace difícil su desarrollo y su comunicación democrática. Los objetivos de la emisora no convergen con su actual accionar porque la comisión de radio no permite un proceso verdaderamente comunicacional entre emisores y

oyentes de la estación".

Lo anterior viene a demostrar que no se ha valorado justamente a las personas como radio-escuchas activos y retroalimentadores de los mensajes.

El locutor o los emisores de los mensajes, no son necesariamente al menos, maestros cuyas especialidades no se discutan. Son a lo sumo, personas entendidas cuya capacidad reconocen y aceptan en principio todos, pero no por ello puede decirse que sus palabras o mensajes lo definan todo.

Vamos a citar de nuevo como ejemplo uno de los programas de Radio Universidad : HABLANDO CONTIGO, programa que tiene como formato una charla expositiva. Este espacio tiene media hora de difusión de lunes a viernes (ver programación en este capítulo).

La temática está enfocada por Psicólogo a la atención y solución de los problemas que enfrentan los adolescentes en la actualidad.

Durante el desarrollo del programa mantiene línea abierta para el público que supuestamente escucha. Asimismo los invita a enviar cartas y telegramas al programa por si existen algunas preguntas relacionadas con los temas que se tratan.

Durante una semana se pudo observar el programa. En ese tiempo, Hablando Contigo sólo reportó dos llamadas telefónicas y en diferentes días. Las cartas y

telegramas que se esperaban, no llegaron.

También logramos observar que entre el conductor del programa y los posibles oyentes, no existe un hilo que canalice y que permita el intercambio de ideas y de sentimientos. Parece ser que todo el esfuerzo del que habla, superior en principio, no está orientado a que se consiga la comunicación, y para ello debe de estar presente en todo momento, la situación de ánimo, nivel moral y cultural, edad, aficiones, capacidad intelectual, receptividad, etc., del que está oyendo y por supuesto, la utilización del lenguaje radiofónico (palabra, música, efectos, silencio).

La palabra ha fallado por su base, se utiliza un lenguaje elevado y muy técnico. La música no tiene concordancia con los temas. La que se incluye es música ligera de las radios tradicionales. Podría decirse que los mensajes son enviados al receptor sin la ayuda de un verdadero programa radiofónico, donde quizá la dramatización de los temas y utilizando el recurso del lenguaje radiofónico le darían mayor proyección al programa.

Radio Universidad no es el único caso en América Latina que sufre esta clase de adversidades, siendo como se autocalifican, EMISORAS INTERACTIVAS,, CULTURALES, EDUCATIVAS, INFORMATIVAS, POPULARES, LIBERADORAS, ALTERNATIVAS, y que cuentan con espacios para cambiar las conductas de sus oyentes.

Al respecto de esta situación, LOPEZ WIGIL, JOSE IGNACIO (1984:2) aclara,

"... seguimos con la misma metodología verticalista, e impositiva. Se cambia el contenido, pero no se cambia ni a la metodología (participativa, dialogal) ni lo que yo considero fundamental en lo popular, que es el cambio del productor".

En estas instancias correspondería concederle mayor importancia al auditorio de Radio Universidad, porque de lo contrario, una bella exposición literaria en el programa Páginas Sueltas puede constituir un fracaso. Una radio-revista bien trazada, una charla narrada preparada con el mayor cuidado puede también fracasar, y todo porque al concebirse no se ha pensado lo suficiente en el destinatario con sus circunstancias, características económicas, sociales, etc.

En lo tocante a este tema, el Bachiller Felipe Rodríguez (10-10-94) actual locutor de planta de Radio Universidad concluyó en que,

"Lo que ha pasado en Radio Universidad es que se han buscado complacencias o lucimientos personales y las consecuencias se patentizan en muchos de los

programas de la radio. El público deja sólo al que había, se declara en huelga, y simplemente no lo escucha, está en su derecho. Sin embargo, quiero decir que en estas situaciones cuentan muchos aspectos como por ejemplo, que no se le da la verdadera función a la estación como un servicio para la comunidad, y no se capacita al personal para mejorar el quehacer radial".

Si de esta manera se ha desatendido al oyente de Radio Universidad, parece ser que el pequeño margen que se le otorgó al emisor de este medio se agotó en poco tiempo. El Público tiene distintas maneras de prescindir al emisor y las más cómoda sin temor a cometer ninguna equivocación, es no escucharla.

La Productora-Reportera de la emisora, Periodista
Gilga Mérida (10-10-94) dijo,

"Me he dado cuenta que varios de los programas de la estación han perdido la sintonía de los destinatarios. Uno de los factores que afectan grandemente es que ya no ha habido renovación en cuanto a la programación, o la que está no ha tenido los acomodamientos necesarios como el de capacitarnos más. Estudiar a nuestro público objetivo para saber que es lo que quieren escuchar y así poderlos incluir dentro del verdadero

proceso comunicativo de la radio, el cual se contempla en el Reglamento Interno de Radiodifusión y Televisión Universitarias. Por otro lado, considero que la audiencia de Guatemala no está acostumbrada a escuchar emisoras como Radio Universidad que cuenta con programas abiertos y especializados, somos oyentes de medios alienantes. El primer año de difusión de la radio fué exitoso no se si por la novedad que despertaba una emisora de la USAC o porque un buen número de público encontró una alternativa en radio. Hoy por hoy creo que varios programas han perdido la sintonía del público".

La palabra clave en estas declaraciones es sintonizar. Pero sintonizar con el público es un objetivo obligado y a veces difícil que debe imponerse quien aspire a comunicar eficazmente sus ideas, sus planes o sus sentimientos.

Lo más cómodo es decir las cosas tal y como son y como gustarian individualmente. Esto ha sido un error al aplicarlo en los medios como la radio, el precio es el de siempre, el de no ser escuchados.

Otro de los factores que inciden en el divorcio que existe entre la población meta y el equipo humano de Radio Universidad, es la falta de capacitación continua tanto en el campo de la comunicación social,

psicología social, como en la producción radiofónica, locución, redacción, etc. La verificación la da el Bachiller Fredy Magdial Hernández (10-10-94) técnico de la emisora,

"El Reglamento de Radio Universidad que data del año 1992 contempla la preparación continua del personal de la estación, esto se encuentra en el numeral 8.3 de dicho documento. A nadie se le ha capacitado después de que el doctor Barea Monje de nacionalidad española viniera en septiembre de 1992 a capacitarnos con un curso de Periodismo Radiofónico. Esto no ha sido suficiente, lo mejor hubiera sido la continuidad en diferentes áreas para conocer al público y darle la programación que necesita, lo que le gusta, lo que pudiera identificarlo con la comunidad guatemalteca".

A simple vista se demuestra que el abandono de la población meta de Radio Universidad por diferentes situaciones sólo le ha implicado crear ciertos grupos de audiencia, público que tal vez ha tenido mejores oportunidades en la vida, por ejemplo: la educación.

Sólamente la comunicación y el derecho a ella pertenecen a una categoría que no ubica posición social o condición social privilegiada. Estamos hablando de la categoría de la interacción social. Muchos expertos en

la materia convergen en que este tipo de relación dialógica en las sociedades, constituye el principal factor de desarrollo sostenido para la integración nacional a que corresponda. AVILA, ROCASOLIBO (1980:10-11) expresa,

"La actividad comunicativa debe corresponder a instancias sociales democráticas, en las que el control real provenga de los perceptores organizados y de los productores sociales de los mensajes y de personas especializadas en comunicación".

Es posible que mediante un buen uso de la comunicación, la democracia que se propugna en las voces de quienes la necesitamos, se convierta en una verdadera necesidad funcional.

Tal vez lo especial en Radio Universidad es que no ha sido un vehículo para comercializar el tiempo. La programación está totalmente desligada de la difusión de comerciales. Supuestamente la radio se dedica a la difusión de programas "culturales, educativos, informativos y de entretenimiento".

Por otro lado, la difusión cultural parece ser mínima en el aspecto nacional y máxima en lo internacional. Si tomamos la música como parámetro cultural, es de notar que la música difundida en Radio

Universidad es 85% extranjera. Existen programas musicales que van del género clásico al instrumental New Age (nueva era), asimismo música latina de masas vocalizada. La música nacional sólo se logra con una hora diaria de marimba. De menor presentación musical nacional están los del canto nuevo (música con mensaje social).

No podemos mantenernos alejados del acontecer diverso internacional. Si Radio-Universidad quiere cumplir su compromiso como servicio a la comunidad guatemalteca de acuerdo a una de sus identificaciones RADIO UNIVERSIDAD UNA VENTANA A LA CIENCIA Y LA CULTURA, tiene que servir con prioridad a la cultura nacional. El rescate no será sólo con la música, sino en todos sus ambientes erosionados actualmente por poderosas empresas transnacionales de medios masivos como la radio.

Recordemos que la pérdida de una identidad nacional puede darse mayormente en el campo cultural en base al trabajo que desarrollan medios extranjeros o medios alienantes del país que no están apegados a la realidad "autóctona", pero que sí están integrados al juego económico y político de grandes potencias. DIAZ, WAGNER (1992:5-6) lo explica de la siguiente manera,

"El contenido extranjero de los medios de difusión está cambiando culturas en países del Tercer

Mundo. El entretenimiento masivo está representando y propagando particulares valores económicos, sociales, políticos y estéticos que están en conflicto con los valores endógenos de muchos países en desarrollo".

Si esto es cierto, en el caso de Radio Universidad, no se podrá conformar formales perceptores sin antes acudir a la realidad nacional. Es bueno recalcar que lo internacional internacionaliza al individuo, lo extrae de su mundo.

Recientemente se ha logrado detectar que en la emisora universitaria sólo ha existido la selección del personal pero no con objetivos a socializar la comunicación. Hace falta capacitación y formación del personal, como se señaló antes.

Si en Radio Universidad los factores determinantes de que no se apliquen los verdaderos objetivos son los de un poco control o el desconocimiento total del quehacer radial, pesará para el medio ser ignorado por el público que se pretende captar.

En cuanto a la intención de la emisora como medio educativo, se puede anotar que se ha quedado sólo en mera intención. Esa intención sólo es posible para los que de una otra forma tienen un grado considerable de educación formal. Así respondió el Periodista Marbin Roblero (10-10-94), locutor de planta de la emisora

universitaria,

"... la intención educativa de Radio Universidad sólo es una camino iniciado, sin avances para la gente que lo necesita..."

El acercamiento a la Radio educativa, particularmente cuando el esfuerzo se dirige a toda la población, se encuentra con una serie de obstáculos. Esta barrera obliga a un previo y detenido repaso a los diversos factores que determinan la posible actividad de la radio.

En el último capítulo del presente trabajo, trataremos de enfocar con más detenimiento cómo debe ser la progresiva intencionalidad educativa, su relación con la población meta elegida, elección de los contenidos, las características estructurales de la emisora que dice llamarse educativa, las opciones ideológicas y los diversos usos educativos de la radio.

Por de pronto representaremos de manera gráfica algunas afirmaciones que preceden a las figuras 1, 2, 3, 4 y 5. Imaginaremos los mensajes, palabras o ideas de los emisores de Radio universidad a modo de rayos que van a parar al auditorio representado por una pantalla. Pondremos una dimensión física concreta al órgano emisor receptor.

Lo normal suele ser que los destinatarios sepan

menos que el que emite un mensaje concreto. La inseguridad sería prácticamente incurable si el emisor sabe menos que el oyente.

Los ejemplos representados en las figuras 3 y 5 serían negativos, ante todo la figura 3. En la figura 5 hay al menos, un esfuerzo de acomodación por el cual el que emite un mensaje trata de elevarse a las alturas superiores del que es receptor.

Las líneas de esta gráfica principalmente las inclinadas, nos muestran que el emisor quiere acomodarse a la sapiencia del receptor. Retrocediendo a lo de la figura 3, se nota que la barra vertical subrayada (parte derecha de la gráfica) que no tiene cierre, corresponde al receptor, lo cual indica que éste tiene mejores y más conocimientos que el emisor. El emisor no conoce los mensajes que envía.

La figura 1 representa una hipótesis poco frecuente, sin embargo se expone a un paradigma. Existe un nivel en todo entre el emisor y el receptor. En principio no hay necesidad de un esfuerzo de acomodamiento de ambos, por ejemplo: las barras verticales subrayadas que se unen mediante las horizontales indican que los dos extremos, emisor y receptor, conocen y dominan los mensajes. Hay relación dialógica.

La figura 2 representa el caso más frecuente. El emisor de un mensaje sabe más que el oyente. El que

habla no mira por un momento al que recibe el mensaje.

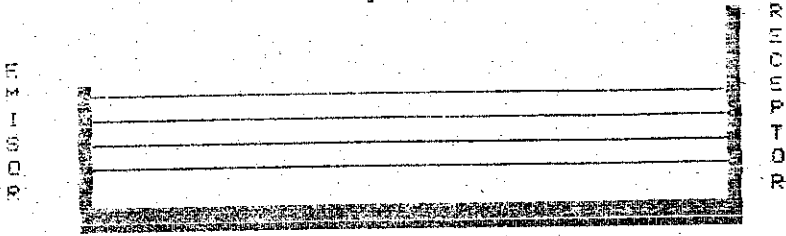
El emisor es un especialista que emplea una terminología sofisticada del lenguaje, su léxico es especializado. Le gusta especular, este caso se representa en la gráfica con el subrayado de la línea vertical al lado izquierdo perteneciente al emisor, línea que sobrepasa la del receptor que sólo llega a la mitad de lo que es el emisor.

La figura 4 representa el caso perfecto. En las relaciones de comunicación, puede y debería ser el normal. El emisor domina el tema y conoce en lo que cabe, todos sus secretos, lleva el tema bien preparado y el guión bien construido. En otro orden, conoce a su auditorio, conoce el nivel medio de quienes le escuchan. Posee bastante información sobre las cualidades, gustos, necesidades del oyente.

En la gráfica vemos que las líneas inclinadas van del emisor al receptor, interpretándose que el primero quiere acomodarse a las necesidades del segundo.

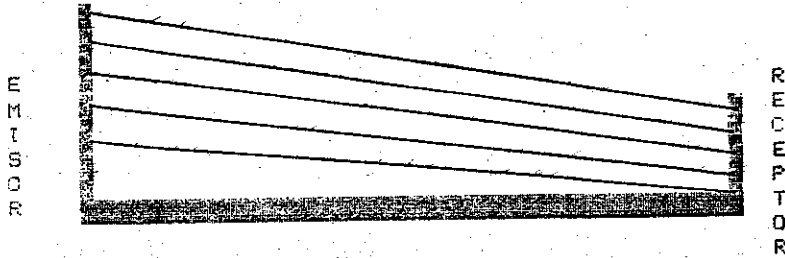
Ahora bien, se ubicarán algunos programas en las figuras correspondientes de acuerdo a un análisis exhaustivo realizado en la emisora, tanto por la observación participativa, como por el acceso a los reportes telegráficos y telefónicos de posibles oyentes.

fig. 3



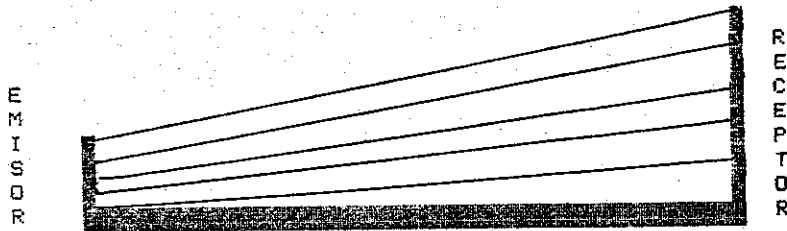
- La Magia de la Música
- La Música y Usted

fig- 4

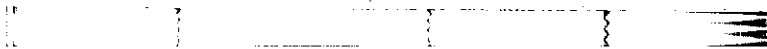


- Misterios de la Naturaleza

fig. 5



- Panorama I y II
- Decodificar
- Miscelánea



CAPITULO IV

Radio Universidad, Propuesta para una Comunicación Alternativa

4.1) Comunicación para el cambio

Actualmente en que las sociedades se transforman a pasos agigantados en sociedades nuevas, se van originando paralelamente a estas transformaciones, nuevos modos de educación, de cultura, de trabajo, de ocio, de información.

El convivir de los seres humanos partiendo de sus necesidades en estas sociedades nuevas, pide que los medios de comunicación activen y promuevan la capacidad creativa de los seres humanos, dinamizando las potencialidades tanto individuales como colectivas. Asimismo favorecen la receptividad que parte de la nuevas ideas, la curiosidad y sensibilidad de las relaciones socio-culturales.

Sin embargo, de todos los medios que destacan dentro de este desarrollo tecnológico en el campo de la comunicación y que se dan en las nuevas sociedades, la radio es la elegida. Medio acorde con su capacidad de expansión y de acceso a un número considerado de personas de todos los ambientes del planeta, la radio es como lo admite ZARAGOZA, SESMERO (1987:27),

"... sistema y medio de comunicación capaz de

superar las funciones de simple transmisor de hechos e influir sobre los acontecimientos. Su operatividad potencial, unido a su instantaneidad transmitiendo mensajes, dan hoy a la radio un papel estelar que durante algunos años había perdido".

La radio, como se le ha definido en diferentes ocasiones y en diferentes oportunidades, es el instrumento que por su peculiaridad, permite muchas veces y en diferentes lugares, dar luz a ideas en los oyentes, estimulando la imaginación como particularidad de todo ser humano.

Está comprobado que en la radio, cada mensaje que se emite a los oyentes para ser incitados a participar, se transforma en imagen auditiva cargada de símbolos, colores, dimensiones individuales, perceptibles y animadas.

De acuerdo a lo anterior y a las necesidades de una participación real del público en la radio, nace la Propuesta de Comunicación Alternativa para Radio Universidad. Se origina como un espacio conflictivo y nueva estrategia de resistencia en el campo de la cultura y de las comunicaciones.

Por esta senda y fundamentados por nuevos rumbos comunicacionales como la comunicación alternativa, puede tomar forma el presente trabajo, toda vez que

permita una comunicación para el cambio a través de la democratización, descentralización y participación de la comunicaciones en la Voz de la Universidad de San Carlos.

A fin de establecer un sistema de Radiodifusión en Guatemala mediante el uso de la comunicación alternativa en Radio Universidad, se propone que éste modelo de comunicación permita, conocer la historia, necesidades, reivindicaciones y aspiraciones de los guatemaltecos. Asimismo conocer los recursos nacionales, la verdadera fisonomía y la cultura en general. Será como lo observa SENECA, MICHELL (1988:71),

"La determinación de sostener un sistema de radiodifusión que se inscribe esencialmente en el mantenimiento y unidad de un pueblo".

Lo que es importante es que para este tipo de trabajo, las autoridades máximas de la Universidad de San Carlos deben prestar el apoyo incondicional y total al medio, y que sin obstáculos se profile y se desarrolle como una radio transformadora de la conducta de una buena cantidad de guatemaltecos. Sin este sostenimiento no podrá suscitarse lo que se pretende para Radio Universidad. ARRIAGA CIFUENTES, IZABEL (1993:41) dice,

"... 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".

Posiblemente de esta manera Radio Universidad popularizará la comunicación. Por oposición a los medios tradicionales de masas, presentará mediante la práctica un modelo de comunicación alternativa progresista. Asimismo se facilitaría el acceso de los ciudadanos a las ondas radiales. Equivaldría a buscar la propia especificidad de la radio mediante la acción y el tipo de acción llevada a cabo con la colectividad y dentro de ella.

Este tipo de emisoras uninversitarias con capacidad para desarrollar la comunicación alternativa para el cambio, ya no son un fenómeno aislado. Por ejemplo, VILLEGAS, ESMERALDA (1984:49) nos cuenta parte de su experiencia en Colombia,

"He estado en una emisora universitaria. Este hecho obviamente le da características especiales en objetivos, filosofía, programación, contenidos emitidos. Es conveniente decir que el trabajo que

se ha realizado en la emisora en donde me ubico, ha tenido otros objetivos y otras audiencias, generalmente los programas se dirigen a la comunidad universitaria y de estos a la población".

Lo que queda para éste tipo de radios es la respuesta de la audiencia. Vendría a ser para nuestro caso como vivir con mucha comunicación mediante el retorno de los mensajes.

Si Radio Universidad ha de ser distinta en su funcionamiento de las radios tradicionales, debe ser igualmente en sus ocasiones sociales. Para este tipo de comunicación, sólo la práctica precisará la solución de cambio en función de la lógica que se podrá utilizar y configurar.

De aquí resulta de que no sólo la voluntad será sustanciosa y suficiente para desarrollar la comunicación alternativa o ver como se desarrolla una actitud crítica. Se requiere indispensablemente un marco favorable y medios para cultivar tan deseada actividad.

Radio Universidad necesitará activar el análisis y búsqueda de la información, de su programación en sí, sobre todo, en tentativas para ratificar el medio como un servicio que demande una radio más comprometida y no se esconda tras el telón de la mediocridad o

alienación.

Realizar una tarea de esta dimensión, necesita realmente más continuidad de conciencia, que no el fabricar una emisión esencialmente musical o informativa. Lo que se tratará de hacer tomando en cuenta la experiencia de GONZALEZ LLORENTE, PEDRO (1984:50) es,

"... ni ir más rápido, ni ir más despacio, ni imponerles nuestras ideas, ni dejarnos imponer pasivamente las de ellos, sino que utilizar la radio como un lugar de encuentro entre toda la población que nos escucha y los que estamos trabajando en la emisora".

Se necesitará que la difusión pensada como distribución igualitaria de la cultura para todos, termine en realidad con la segregación cultural existente.

2) La educación no formal en Radio Universidad

El acercamiento a la radio educativa, especialmente cuando el esfuerzo educativo se perfila a los diferentes sectores de la población, se encuentra con potenciales obstáculos, principalmente en la de programar para todos.

Cabe decir que el factor principal y que determina



el uso educativo de la radio, es la propia voluntad, la intencionalidad de los dueños o directivos de " x" o " y" emisora. En muchas ocasiones, esa voluntad puede encontrarse con otros elementos -legales, económicos, técnicos, ideológicos, etc.- pero especialmente, la intencionalidad de los que dirigen una estación de radio es lo que lleva a determinar la clase de educación que lleva a cabo el medio. Así vemos que ESPINA CEPEDA, LUIS (1992:25) afirma,

"... la radio debe educar y entretener, por lo tanto toda persona que se expresa a través de un micrófono, por lo menos dentro de las emisoras no tradicionales, contempla dentro de sus finalidades educar".

Muchas veces y específicamente en nuestro medio, estas finalidades quedan al margen del quehacer radial (ver capítulo II). Pero cuando la intención de educar a través del medio radio se presenta, en un gran porcentaje los objetivos que transporta son informales, precisamente en programas musicales, deportivos, informativos, variados, etc.

Es por eso que lo que se ha llamado educación informal por radio, realiza programas no directa y exclusivamente educativos pero sí atentos a la función educativa que ejercen.

En cuanto al ejercicio de la educación no formal en Radio Universidad, ésta tendrá que tener las suficientes características anticipatorias de incentivar la creatividad de todos los participantes. Todos en un derecho individual para que cada persona exteriorice su capacidad de crear, su poder de iniciativa, sus posibilidades, recursos y confianza en sí mismo.

A saber que no sólo puede aprender con los demás, sino que puede aprender por su propia iniciativa, a comportarse independiente, de poseer elección y sobre todo, a responsabilizarse de lo que obtiene y produce.

Es posible que lo anterior parezca utópico pero como lo estima POLAK, F. L. (1970:169),

"... la utopía impulsa el desarrollo de la dignidad humana mediante el esfuerzo del hombre y es, al mismo tiempo, producto e instrumento de una imagen distinta del mismo".

Pero si el ser humano se anima a pensar distinto, si está fuera de presiones de cualquier clase como para experimentar con su mente otra cosa con mejores rasgos, tendrá bastante significado la aspiración consciente al cambio entre lo que necesita y lo que desea.

En el primer inciso de este capítulo se puede notar que existe un tremendo entusiasmo utópico, a la

vez creativo y social de mucha gente experta al decir que la radio es el medio más conveniente para favorecer la capacidad creadora de niños, jóvenes, adultos, ancianos, mujeres y hombres. En este sentido, el aspecto creativo es todo aquello que le proporciona a la persona como resultado de su capacidad, perfilarse hacia mejores horizontes mentales de plena humanidad.

Será así que Radio Universidad se verá inmiscuida en temas de interés general, universales y permanentes como la identidad de una nación, folklore, salud, medio ambiente, paz, entretención, música, deportes, educación de niños, educación de padres, artes, etc.

En fin, lo que se quiere es que por medio de la educación no formal, Radio Universidad mantenga una clara intencionalidad educativa. No llegando a producir muchas de las veces clases radiofónicas organizadas de acuerdo a un currículum. Lo que se propone realizar son programas simple y sencillamente abiertos para audiencias más amplias. Eso sí, por los objetivos de la comunicación.

A continuación se presenta un esquema cuyo fin es el de ubicar o proporcionar los factores y cualidades de la persona que recibirá el mensaje de Radio Universidad al momento de poner en práctica la educación no formal mediante la comunicación alternativa. Este modelo servirá para abrir espacios y cumplir con la población meta de la radio, según lo

hemos podido observar es toda la población

guatemalteca:

FACTORES QUE LO FAVORECEN

Capacidad intelectual
- informado
- busca información
- la analiza y la interpreta

Analíticos
- Analiza y ve lo que hay detrás de lo que oye

Sociales
- Conciente ante los problemas, con recursos ante ellos

Emocionales
- Valoración y Seguridad Personal
- Desarrollo afectivo

Perceptivos
- Desarrollo de los sentidos y de la sensibilidad estética

Psicológicos
- Con inniciativa y entusiasmo

Fisicos
- Sano, bien alimentado, deportista

CUALIDADES DE DICHA PERSONA

INFORMADO

CRITICO

SOLIDARIO, CRITICO

AUTONOMO POSITIVO

FLEXIBLE SENSIBLE

PROMOTOR DEL CAMBIO

SANO

AUTORREALIZACION

AUTORREALIZACION

Fuente: Gascón Baquero, Ma. Carmen. La radio en la educación no formal. EDICIONES CEAC, S. A. Perú, 164-08020 Barcelona (España). pag. 9.

Precisamente cuando los avances tecnológicos de la información y la comunicación continúan su paso acelerado, sin temor a equivocaciones, permiten un

cambio sin precedentes en la historia del hombre (tanto en sus ventajas como en sus desventajas), Radio Universidad como agente de creatividad favorecerá la capacidad de bivalencia entre personas con diferentes edades, sexo, localid.

Hasta el momento y de acuerdo al análisis de la emisora en el capítulo III, el medio está representado como meramente difusor de programas informativos y de entretención. Con ésta propuesta, puede ser un medio para cuestionamientos y respuestas sobre el entorno, sobre el mundo, referentes a la vida desde perspectivas más extensas y más abiertas. Diferente, con la idea de insertar cambios, colaborando en la participación de los oyentes. Invitándoles a la capacidad del juicio crítico que por razones de represión han mantenido atados en sus interioridades.

Es decir, una radio cuyos objetivos, finalidades, contenidos, datos y nociones, se fusionen a actitudes, circunstancias y valores. Bien lo dice URRUTIA ABAIGAR, V. (1988:34),

"La actividad mental exigida en programas radiofónicos creativos, cuestiones planteadas, ambientes descritos, actividades propuestas, situaciones creadas en las que es preciso tomar decisiones, evitan el peligro de la dependencia inactiva".

Vale decir que si la tecnología vuelve al hombre inoperante en el momento en que éste permanece sin actividad apropiándose de su tiempo e imponiéndole su propio ritmo, será necesario que un medio como Radio Universidad favorezca la participación de todos los sectores mediante la posible autorrealización y los objetivos precisos a la causa que se persigue.

La definición de la población-meta es un factor importante para establecer la educación no formal que se va a realizar en Radio Universidad. Esta idea se verá muy clara con los ejemplos concretos a citar: La reducción de la jornada laboral, la jubilación anticipada, el desempleo, el sub-empleo, la creciente población que vive sola, las madres solteras, los padres machistas, los paros y protestas estudiantiles, etc.

Supondrán un crecimiento y cambio de conducta en los oyentes de la emisora. Si no es de esta manera la estación estará contribuyendo paso a paso a la desaparición de las relaciones humanas en Guatemala, que ya muestra ciertos indicios en muchos sectores de perder comunes experiencias, capacidad de decidir ante tal o cual situación (ver cap. II, incisos 2.3 y 2.4).

El empleo del tiempo libre de los posibles oyentes de Radio Universidad mediante programas de contenido,

tendrá como resultado cambiar lo común que muchas veces resulta lo cotidiano en los guatemaltecos.

Además la capacidad de crearle necesidades y aspiraciones a las personas más allá de su entorno, les permitirán que utilicen los espacios libres como tiempo para la creatividad, recreación y de autorrealización. Referente a este tema, el periodista y locutor Roberto Paz (10-10-94) dice,

"... la radio no debe ser vehículo sólo de opiniones, debe innovarse con cambios, precisamente con la participación. No separar la comunicación con la actuación".

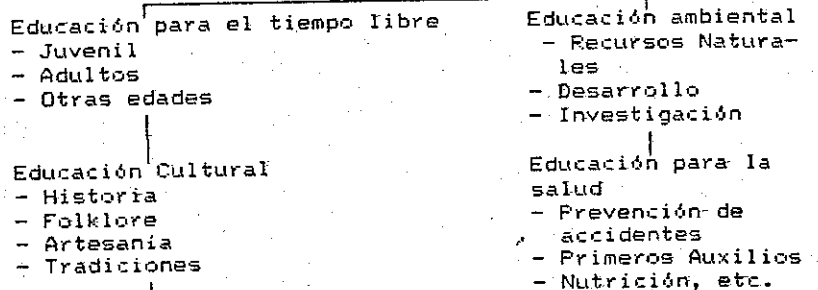
De una manera no directa, Radio Universidad, puede programarse como medio de animación cultural y social. Como un estímulo que provoque nuevas experiencias. Como un medio técnico que permita a los seres humanos a tomar en serio sus problemas y buscarles soluciones para el mejor convivir. Posteriormente, se podrá definir como emisora y de acuerdo a su tecnología, como orientadora de una actividad social plasmado por una pedagogía participativa, cambiante de los procesos sociales y de las expresiones de los habitantes de las comunidades, pueblos y ciudades. Así también, la radio será la guía hacia la definición de la herencia cultural nacional.

En otro plano, con opiniones espontáneas, respuestas en la percepción de los programas, las diversas interpretaciones sobre determinado programa, sobre el emisor, locutor o producción radial, los profesores, los académicos, los profesionales, estudiantes, amas de casa, animadores de áreas marginales, de comunidades, de colonias y de barrios, aportarán riqueza al fondo y forma de la radio.

Lo que no debe dejarse al margen es que la participación de diferentes personas es importante para que la radio determine su ideología mediante los objetivos de la Comisión de Radio Universidad y la voz expresiva de aquellos.

El esquema siguiente brindará una idea de las finalidades que tendrá que cubrir Radio Universidad en el momento de su ejercicio dentro del campo de la educación no formal de acuerdo al espacio alternativo que se requiere:

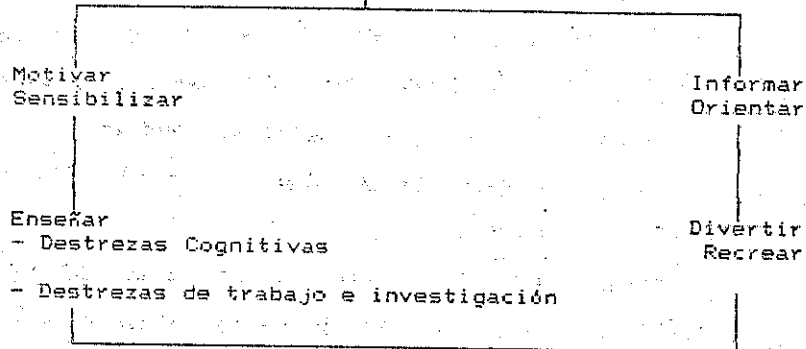
EDUCACION NO FORMAL
POR RADIO UNIVERSIDAD



Educación para la Paz
 - Derechos humanos
 - La búsqueda de la paz
 - La firma de la paz
 - La cultura de la paz

Otras
 - Ed. vial
 - Ed. sexual
 - Ed. del niño
 - Ed. del padre
 - Ed. estética,
 etc.

FINALIDADES DE RADIO UNIVERSIDAD
 EN LA EDUCACION NO FORMAL



Fuente: Gascón Baquero, Ma. Carmen. La radio en la educación no formal. EDICIONES CEAC, S. A. Perú, 164-08020 Barcelona (España). pag. 10.

4.3) Diversos usos en la educación no formal para Radio Universidad

Lo siguiente trata de ofrecer una exposición ordenada de lo que Radio Universidad puede hacer en el campo específico de la educación no formal.

4.3.1) Programas Abiertos

Radio Universidad podrá hechar mano de este tipo

de programas queriendo indicar con este adjetivo que el programa no va a estar determinado para públicos cerrados o de "élite", sino a una audiencia abierta o como lo observa el licenciado en Comunicación José María Torrez (10-10-94) al referirse a este tipo de programas,

"... a todo el que conecte la radio en ese momento y se interese por el tema".

El término abierto resulta explicado, se refiere a una audiencia sin distinciones, muchísimo mayor que los que ubican los programas cerrados.

Dentro del campo de la educación por radio, en la voz de la USAC, el programa abierto buscará a no obligar al público a ninguna condicionante antes de difundir el mensaje y no aludir a elementos impresos.

La característica principal de este tipo de programa será la de ampliar en cada momento la audiencia mediante mensajes que proyecten formación de interés general. Debe atender al cumplimiento de los requisitos de la educación no formal, por ejemplo, como no atenerse a circunstancias de currículum académico. WHITE, J. (1978:33) aporta un claro ejemplo de programa abierto practicado en la República Dominicana,

"... la Universidad para todos, es un programa que

desde hace muchos años emite exitosamente Radio Santa María; con carácter informal, sin atenerse a un currículum ni a un formato radiofónico determinado, se desarrollan temas o se recogen informes/testimonios populares que se consideran de interés formativo para la audiencia campesina específica de la emisora".

Este tipo de programas de educación informal en Radio Universidad, requerirá que los temas que traten los responsables de los mismos, sean de mucho contenido y de amplio conocimiento de quien lo emite.

Para cualquier clase de programas -informativos, deportivos o de cualquier otra índole- al comenzar su desarrollo en el campo de la radio educativa, se tendrá que reafirmar en primer orden que tienen un alto porcentaje de contenido, sin restricciones y que sus recursos se obtienen mediante objetivos educativos para la audiencia.

4.3.2) Programas Especializados o Cerrados

Por este lado, se espera que los programas se dirijan a un sector de la audiencia, a una porción concreta del público. El licenciado en Comunicación Víctor Manuel Ramírez (11-11-94) al referirse a los programas especializados dice,

"La especialización provoca inevitablemente un cierre del público, posiblemente abierta a otros programas; pero, también se han dado casos en que un programa especializado bien hecho logre más oyentes que uno abierto".

Los programas especializados para tratarse en la estación radial de la San Carlos pueden ser numerosos si se aprovechan estos espacios que se requieren. Por ejemplo, se podrán tratar temas de salud, del problema social guatemalteco, de la economía nacional, los campesinos y la cuestión agraria. Asimismo programas que se dirijan a los pescadores, marineros, albañiles, carpinteros, estudiantes de ingeniería, etc.

Las posibles iniciativas para programas educativos especializados pueden ser incontables si la Coordinación de la radio toma conciencia para demostrar que la radio está para formar, educar y orientar.

Es necesario señalar que los programas especializados o cerrados pueden prepararse y difundirse sin que la audiencia se acompañe con elementos impresos para llevar la secuencia de algún tema. Radio Universidad que actualmente no cuenta con una organización educativa específica, tendrá que producir esta clase de programas para reafirmar su carácter educativo.

Mediante este tipo de programación, tanto de

programas abiertos y especializados, Radio Universidad irá acumulando una serie de experiencias en el que varias de sus finalidades mantendrán una relación específica con la educación no formal.

Muchos proyectos llenos de ilusión y esperanza, de necesidad y vocación llegarán a ser reales. Las ciudades, pueblos, colonias, barrios, asentamientos, comunidades, instituciones educativas, instituciones de salud, instituciones de corrección (cárceles o preventivos), tendrán lugar para expresarse si las autoridades universitarias permiten la participación sin restricciones en un proyecto de tan difíciles perspectivas pero no imposible de Comunicación Alternativa.

- 4) La educación formal a través de las clases radiofónicas o de la alfabetización. Reto para Radio Universidad

La inadecuada estructura de la educación guatemalteca ha permitido que día a día más guatemaltecos se mantengan marginados de la educación formal, lo que le da como resultado un alto índice de analfabetismo.

El objetivo de éste trabajo no es para extenderse con datos estadísticos y demostrar lo que a simple vista se palpa y se nota. Pero sí lo comprobaremos como una realidad latinoamericana que mantiene a la mayoría de los habitantes del área en la ignorancia y

subdesarrollo. PICON E. CESAR (1992:109) lo confirma,

"Los paradigmas educativos de la mayoría de los países de América Latina están en una crisis estructural profunda, han mostrado incapacidad para resolver problemas cruciales como el analfabetismo absoluto y funcional, las alarmantes carencias de desarrollo educativo de los niños pobres de 0 a 6 años, los bajos niveles de educación básica acordes con las realidades palpitanes en nuestros países y los limitados niveles de formación tecnológica de jóvenes y adultos de ambos sexos".

Ante esta situación desgarradora en nuestro país cabe decir, que ciertos esfuerzos se han hecho sin la consistencia necesaria para mantenerse y desarrollarse plenamente. Existen razones justificadas al respecto.

Vale la pena dejar en claro que la campaña alfabetizadora iniciada en 1978 por el INSTITUTO GUATEMALTECO DE ESCUELAS RADIOFONICAS IGER, se ha mantenido hasta nuestros días llevando las letras a los campesinos ladinos e indígenas a través de las ondas hertzianas de algunas emisoras principalmente del interior de la república; radio Tezulutlán en Cobán Alta Verapaz (ver capítulo inciso 1.4) y la Voz de Santiago Atitlán en Sololá.

Puede decirse que el esfuerzo no es todavía una tarea sustantiva a nivel nacional pero, es importante destacar que el trabajo emprendido es un trabajo digno de reconocimiento y de admiración.

Ahora bien, la acción de una campaña alfabetizadora coordinada a través de Radio Universidad puede surgir si se lo proponen, por las autoridades universitarias, con aportes de organizaciones de la sociedad civil, así como la necesidad planteada por la gente, quienes la necesitan en estos momentos.

Esta campaña puede partir de la visión que se tenga de la realidad partiendo, eso sí, del estudio y análisis de las realidades que se trabajarán para lograr la participación activa y comprometida del sujeto de la acción alfabetizadora.

La experiencia internacional demuestra que se considera la cultura popular como uno de los referentes principales para realizar la acción alfabetizadora. Este caso merece aprobación, ya que las expresiones populares en los países de América Latina son sumamente ricas, diversificadas y originales. Todavía no han sido legitimizadas en el plano oficial como fuentes básicas del desarrollo cultural y educativo de todos los grupos de edad.

En ésta perspectiva que tiene distintas expresiones conviene deslindar lo dicho por VERESSE,

"Es importante saber que no sólo se sistematiza el saber popular, sino que también se le está organizando y planificando. En este proceso de rescate, se va visualizando que la alfabetización para el sector popular, recibe las aportaciones de un saber popular que corresponde a más de una expresión popular".

La estrategia organizativa de alfabetización para realizarse en Radio Universidad, definirá sus operaciones, modelos y estructuras organizativas con los colaboradores y acordes a las realidades en que se trabajará. Tendrá la virtud de conformar un componente clave del desarrollo humano, a partir del cual una persona obtendrá las potencialidades de alcanzarse plenamente y mejorar sus relaciones con los demás. Esto quiere decir según el licenciado en Psicología Juan José Morales (11-11-94),

"... que el desarrollo de las personas no puede permanecer estático en la perspectiva de la vida de cada uno de los guatemaltecos, sino que va más allá y se convierte en el impulsor de expresiones del desarrollo socio-cultural, socio-político, socio-económico, etc".

La visión antes señalada, permite que la alfabetización popular a través de Radio Universidad pueda ser un hecho si se permite algún día utilizar el modelo de comunicación alternativa. Podrá articularse con toda propiedad expresiones para el desarrollo nacional partiendo de sus realidades.

Lo que se sabe de experiencias de alfabetización popular por radio, son las que se han realizado en el extranjero. Por ejemplo el caso de la ACPD, Acción Cultural Popular que opera en Colombia, demostró que sus pretenciones eran, de acuerdo a lo expresado por RODRIGUEZ JIMENES, GABRIEL ALBERTO (1992:141),

"... la Educación Fundamental Integral (EFI) del campesino colombiano. Como agencia de desarrollo, desea llegar hasta la mente de los campesinos, utilizando los modernos medios de comunicación social, especialmente la radio. Así en lugar de ser los alumnos los que van a la escuela, la escuela llega hasta los alumnos".

Este tipo de trabajo ha necesitado fundamentalmente de dos factores: la acción interpersonal directa de facilitadores o auxiliares del maestro, y una serie de materiales escritos como las cartillas que reciben el apoyo específico por la radio

y su maestro locutor.

Dentro de sus objetivos se contemplan aparte de lo que anteriormente se anotó como la motivación del campesino:

- la promoción humana y creación del ser humano integral
- integración del campesino dentro de la sociedad
- organización y desarrollo de la comunidad a la cual se dirige
- productividad
- Desarrollo Comunitario.

Las clases de lectura y escritura tienen su actividad en Radio Sutatenza con una potencia de 700 kilovatios. Los espacios de difusión son de 30 minutos de lunes a viernes, planificados para 90 lecciones semestrales.

En las autoridades de Radio Universidad que posee actualmente una potencia de 1000 vatios y pronto contará con la instalación de su nuevo transmisor de 10000 vatios, se proponen la tarea de realizar una campaña alfabetizadora tal y como lo contempla el inciso 11 del Reglamento de Radio y Televisión Universitarias aprobado por el Consejo Superior Universitario en 1992, deberá acercarse a organizaciones como el Instituto Guatemalteco de Escuelas Radiofónicas (IGER) para poder planificar las estrategias y operaciones del proceso alfabetizador.

Otra de las instancias, será que por medio del IGER el personal a participar reciba conocimientos prácticos por parte de la Asociación Latinoamericana de Escuelas Radiofónicas (ALER) de Quito, Ecuador.

Entretanto la coordinación y asistencia técnica deberán estar bajo la responsabilidad de una producción gráfica de la Universidad de San Carlos y de la producción radiofónica, coordinadores de centro de animación, apoyados por voluntarios -estudiantes universitarios, de educación media, profesionales, líderes comunitarios-.

Este equipo conformado por el voluntariado, aparte de ser guía, será el enlace de comunicación entre la oficina de apoyo y la audiencia a alfabetizar.

También será distribuidor del material gráfico, y potencial colaborador en la retroalimentación que exista entre el que dirige las clases radiofónicas y los alfabetizándose.

El reto está aquí mismo en Guatemala. Hay muchos compatriotas que por las condiciones socio-económicas no acordes con sus actividades, no tienen acceso a centros de enseñanza del nivel primario, mucho menos a niveles superiores.

La cuestión no es fácil en éste país donde la radiodifusión es netamente comercial (ver capítulo II, inciso 2.2). Casi todo lo que difunde lo transforma en mercancía y a pesar de su reglamento emite una serie de

Valores con contenido extranjerizante. En este país donde el consumismo debora y frustra al oyente hasta convertirlo en su víctima. En este país donde a través de la información amarillista se desinforma al público originándole una conciencia conformista, impotente y resignada alejándolo de su propia realidad, Radio Universidad puede ofrecer una comunicación alternativa y no tradicional de educación.

4.5) Elementos para una producción radiofónica alternativa

En diferentes circunstancias le hemos dedicado alguna atención a la radio. Se puede decir que no hay hogar que por muy alejado que esté no cuente con un radio transistor. Son millones de personas que oyen la radio, por ejemplo: en la oficina, en el taller, en la fábrica, en los hospitales, en las cárceles. Aún en los centros educativos se oye una radio en su respectiva frecuencia. La radio es la ventana al mundo. FERGUSON, N (1980:20) dice de ella,

"... la radio deja salir en muchas de las ocasiones al individuo de un marasmo, le abre el mundo que lo rodea para que lo conozca, para que lo asimile".

La radio sirve para entretención, para hacer compañía, etc. Es por eso que no cabe duda de la

importancia de este medio de comunicación. Sin embargo, para que una radio atraiga tendrá que hacer uso de lo que se llama LENGUAJE RADIOFÓNICO, que en realidad viene siendo como lo define GUEVARA, REINALDO (1993:2),

"... el conjunto de sonidos que salen de la radio, y que le dan vida y presencia a cualquier tipo de programa que se difunda".

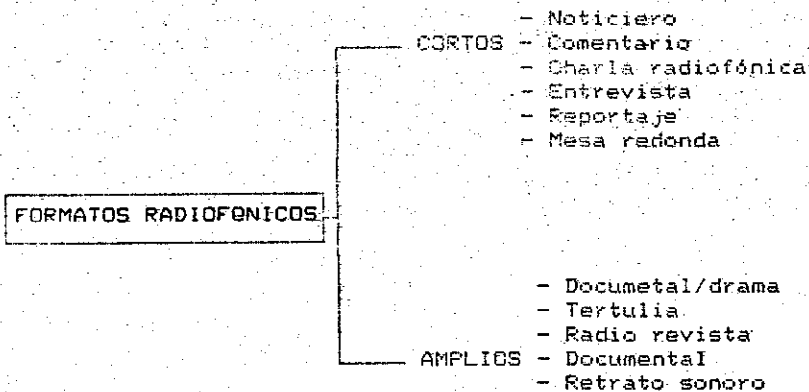
Dentro de los componentes del lenguaje radiofónico se encuentran, la voz humana, los efectos de sonido, la música y el silencio, los cuales en su correcta combinación, permitirán que los mensajes sean atractivos a los radio-escuchas.

Con los cuatro elementos mencionados, los productores, locutores y participantes de Radio Universidad, podrán realizar programas radiofónicos para despertar el interés en el público oyente e invitarle a la participación. Además, se tendrán que conocer FORMATOS que se utilizan especialmente en el quehacer radial y que algunos van acompañados de GUIONES O LIBRETOS RADIOFONICOS.

4.3.1) Los Foratos, otro recurso radiofónico para la Comunicación Alternativa en Radio Universidad

Antes de que se tome la decisión de realizar un programa en Radio Universidad, es necesario conocer

los formatos que se van a utilizar. A continuación se presentará un esquema donde aparecen una serie de formatos para el quehacer radiofónico de comunicación alternativa en la emisora de la USAC:



Quizá el formato que realiza más la radio alternativa es la charla. Esta puede ser cómica o seria, puede tratar sobre un asunto importante o sobre un hecho sencillo de la vida cotidiana, ya sea de manera monologada o dialogada. La charla tiene sus características, por ejemplo: debe ser llena de aménidad y visualizadora como opina la Locutora Hilda Castro (28-11-94),

"... descriptiva, porque a través de ella se cuenta una historia por medio de las palabras y los demás elementos. Por conducto de ella el oyente debe "ver" con el oído lo que se está describiendo".

Antes de adaptar una historia a la charla radiofónica, será necesario que el personal de Radio Universidad con mucha responsabilidad la escoga. Hay historias que tienen mensajes contrarios a los que la emisora quiere dar, por ejemplo McLEISH, R (1988:18), comenta,

"Hay historias que refuerzan la humillación, la codicia, la inferioridad, el conformismo, la desunión, el egoísmo, la explotación y muchos otros aspectos que la emisora no debe seguir estimulando".

Para la adaptación de las historias en Radio Universidad se deberán tener presente las ventajas, limitaciones y recursos de la estación:

- La historia debe contener muchas imágenes visuales, para que el que la reciba pueda meterse en ella, vivirla en su pantalla mental.
- Utilizar los efectos de sonido para las cosas reales es decir, sonidos que representen por ejemplo, animales, fenómenos naturales -aire, olas del mar, etc.-, el ruido de un automóvil. Utilizar las palabras para las cosas abstractas, es decir, dar explicaciones, cambiar de escenas, estados de ánimo.
- Se tendrá que hacer el esfuerzo para que el público

participa: que se sienta identificado con la historia difundida, que haga suposiciones, que analice, que saque conclusiones, que tenga la oportunidad de emitir su propio pensamiento. Para esto el que emite el mensaje desde la radio no le debe dar todo explicado al oyente.

- Hacer que el oyente mantenga el interés por lo que recibe. Que inicie la historia planteando un problema, un conflicto. Esto dará como resultado la inquietud del oyente por saber en qué o cómo va a terminar la historia. Otra de las cosas que son esenciales en este quehacer es que los productores, locutores, directores de la historia recurran a las sorpresas, a los cambios repentinos.
- Los que hagan uso de los micrófonos de la radio realizarán sus historias con frases cortas, palabras sencillas que tengan color, sabor, que se puedan entender o "tocar".

Las historias que oímos en los pueblos con personas que cuentan anécdotas, leyendas y chistes tienen mucho valor cultural.

Cuando se narren estas historias en Radio Universidad por los locutores de planta o bien por los participantes, se tendrá que hacer uso de elementos de apoyo tales como los gestos faciales, para darle el verdadero sentido al mensaje.

Por otro lado la emisora debe grabar estas

historias y tenerlas como valioso material que apoye las radio-revistas o programas especiales que se realicen.

Un dato que no puede escaparse es que las historias escritas para la radio y las que se escuchan y lleven a ella, deben recurrir a la adaptación en libretos o guiones radiofónicos como más adelante veremos.

EL NOTICIERO es otro de los formatos que se utilizan en la radio. Este nos informa de los sucesos que ocurren en diferentes partes, pero en cuanto al uso que se le dé en Radio Universidad tiene que ser diferente. Tendrá que enfocar la información de las comunidades, presentar la opinión del público. Rescatar las acciones positivas y los valores de las personas. El noticiero popular que se difunda en la emisora recurrirá a otros dos formatos como lo son la entrevista y el editorial.

Para la puesta en marcha de este formato en Radio Universidad, la locutora Ana Elisa Gudiel (22-11-94) aclara que,

"... las organizaciones populares proporcionan tres tipos de noticias, por ejemplo: las que suceden dentro de las actividades internas de los grupos como: actas de asamblea, cambios de directiva, celebraciones, aniversarios...

comunicados: denuncias por falta de luz, por mal servicio del transporte urbano y extraurbano, por falta de agua, notas de solidaridad con otros grupos que luchan... Acciones reivindicativas: comisiones de reclamo, jornadas de ayuno y solidaridad, marchas y manifestaciones de protesta, huelgas".

El modelo que actualmente se maneja en las radios tradicionales consiste en que el presentador interviene con mensajes breves. Este modelo tiene el inconveniente de ser tópico y llamado oficial.

El modelo que se propone consiste en que dos o tres personas dialoguen las noticias que se producen. Podrán destacar la credibilidad de las mismas, el ambiente más comunicativo y de complicidad llevado a cabo entre los locutores y el público. El Noticiero Popular aparte de dar información, proporciona pautas que ayudan a crear opinión.

EL FORO es otro de los formatos para tomarse en cuenta en la propuesta. Aquí se buscará cada vez que se le utilice, un tema central, se invitarán a varias personas para conversar en relación al tema. Una persona dirige el foro y es el que da la palabra a los participantes y dirige el programa.

EL DRAMA es el formato al que más atención prestan los oyentes. Este formato se realizará en la radio-

mediante la participación de personajes que cuenten una historia, dramaticen algún conflicto de la comunidad o algún problema. Los personajes en especial serán los colaboradores de la emisora o los miembros de alguna comunidad.

4.3.2) El Guión Radiofónico, técnica para utilizarse en radio Universidad

El Guión o libreto radiofónico, es considerado como resultado de una operación imaginativa de creación.

Mediante la realización de una historia con lenguaje radiofónico en Radio Universidad, el Guión se convertirá en un soporte, en el resultado final del trabajo que se lleve a cabo. El guión es el seguimiento lógico de lo que se narra o cuenta por medio de un verdadero programa radiofónico, OLIVA, RENE DAVID (1989:1),

"El guión o libreto es el esquema detallado y preciso de la emisión, que comprende tanto el texto hablado, la música que se va a incluir y los efectos sonoros que se insertarán. Indica también, el momento en que se debe escuchar cada cosa. Sólo con esa guía detallada es posible emitir buenos programas, evitar toda confusión, toda improvisación, a la hora de su montaje".

A pesar que el gui3n radiof3nico ha sido tratado por diferentes personas, es necesario comentar que cuando se utilice en Radio Universidad, se realizar3 para hablar con alguien que no se mira, es decir con el oyente.

Desde el momento que se conozca la propuesta del gui3n radiof3nico es necesario una serie de operaciones, por ejemplo: lograr que se entienda lo que se quiere comunicar, tratar de conseguir una distribuci3n de prioridades para alcanzar el objetivo propuesto.

La experiencia de Radio Universidad Pueblo -XEUAG- del Estado de Guerrero M3xico, demuestra que cuando se trabaja con Gui3n Radiof3nico, el quehacer radial no es complicado. ARRIAGA CIFUENTES, ISABEL (1994:67) dice,

"Gracias a un trabajo previo realizado por los universitarios de la Escuela Preparatoria y la Escuela Superior de Medicina Veterinaria, XEUAG contaba, cuando lleg3 a Altamirano, con una planta de 20 improvisados locutores. Todos eran de extracci3n campesina, aunque la mayoria estudiantes universitarios. A este grupo se le impartió un curso intensivo de locuci3n y en pocos días los j3venes aprendieron a leer un gui3n..."

Cabe decir, que lo anterior es una tarea

importante dentro de la realización de un programa radial. El Guión Radiofónico es fundamental para favorecer la atención y la reflexión del público.

Dentro de su estructura, se deberán tomar en cuenta la separación de los distintos bloques o partes del programa, así como insertar alguna anotación contextual, introducir una ráfaga musical o cuando se cambie de música para potenciar lo que se está comunicando.

Presentamos a continuación un ejemplo de esquema de Guión o Libreto Radiofónico:

Título del Programa Genérico
Nombre de la Emisora y Localidad
Frecuencia en que se trabaja
Fecha y hora de emisión
Productor/Productoras
Locutor/Locutores

CONTROL	1. PRESENTACION DEL PROGRAMA
LOCUTOR I	2. (Animado saluda al oyente)
	3. Que tal amigos, este día
	4. dejaremos por un rato el
	5. estudio de Radio Universidad
	6. porque nos trasladaremos a
	7. un hermoso parque natural.
LOCUTOR II	8. Desde ese parque
	9. comentaremos noticias
	10. interesantes y curiosas que
	11. han llegado a nuestra
	12. redacción...

Ahora bien, los recursos para que el mensaje llegue lo más claro posible son: efectos especiales, micrófonos, música (discos o cassettes). Cuando todos los elementos estén seleccionados y distribuidos los parlamentos a los actuantes, permitirán al productor lograr el ritmo adecuado del programa. En estos programas radiofónicos, los locutores son los que realizan los papeles protagonistas, POVEDA, D. (1977:30),

"Los locutores tienen la base del programa. Profesionales y aficionados leen e interpretan sus roles, se plantean posibles improvisaciones, se dan sugerencias en equipo, incluso algo tan sencillo e importante como la colocación de los locutores o invitados dentro del estudio, la cantidad de eco apropiado en caso de representar a otros personajes o simular otros ambientes..."

De lo anterior se desprende que no se deberá ser rígido en la interpretación del guión. La estrategia será de transformar el guión en algo vivo y dinámico, tomando en cuenta eso sí, lo que solicite el productor a sus actuantes.

CONCLUSIONES

1. La comunicación alternativa de cada sociedad tiene como punto de partida la realidad histórica concreta. Sus contenidos los toma de la realidad social, política, económica y cultural de los respectivos pueblos.
2. La movilización social de los pueblos permite que en la comunicación alternativa, en cualesquiera de los medios masivos, se de al proceso de objetivización de un nuevo sujeto colectivo.
3. Quienes aspiran a que la comunicación alternativa sea una realidad, tratan de obtener un modelo de resistencia cultural para rescatar o fomentar la propia cultura.
4. La radiodifusión guatemalteca demuestra ser un sistema comercial de mass media porque no juega un papel social, político y defensivo de la cultura nacional.
5. La Coordinación de Radio Universidad, no ha realizado los objetivos iniciales de la emisora contenidos en el Reglamento Interno de Radio Televisión-Universitarias de 1992.
6. A pesar de la programación diferente que se difunde en Radio Universidad en relación a las radios tradicionales,

esta no ha llegado a la población meta quien está necesitada de espacios en los medios para expresar sus inquietudes y necesidades.

7. La alfabetización popular no ha tenido cabida en Radio Universidad como clave del desarrollo del guatemalteco, a través de la cual, una persona tiene las potencialidades de realizarse.

RECOMENDACIONES

1. Las autoridades centrales de la Universidad de San Carlos deben dar el apoyo incondicional a Radio Universidad para la práctica de la comunicación alternativa. Modelo que permitirá la expresión de las partes que componen la Carolingia, del público oyente, e iniciar un proceso democrático de la comunicación por la radio.
2. En otro orden, la emisora será un medio de constante desarrollo social y cultural de la colectividad a que quiere servir. No se debe olvidar que Radio Universidad es ante todo un medio no comercial y que por medio de la práctica alternativa que se propone, vendrá mediante un proceso, a reemplazar gran parte del discurso determinista de la clase dominante en las radios tradicionales. Deberá ser una nueva lógica de comunicación.
3. Lo que se requiere de Radio universidad es que ratifique sus objetivos iniciales, en tentativas para sintetizar el medio como un servicio que demande una radio más completa y comprometida, y no se esconda tras el telón de la alienación o enajenación de los modelos verticales transnacionales.
4. La erosión cultural que deviene de las radios tradicionales podrá empezar a resistirse con un modelo

alternativo de comunicación en Radio Universidad, la cual depende de la Universidad de San Carlos que goza de una autonomía y un reto con la democracia.

5. El cambio de conducta del radio-escucha guatemalteco, requiere de una Radio Universidad alternativa que lo extraiga del marasmo en que se encuentra y llevarlo a la realidad circundante de su situación social, política, económica, cultural, etc. Su dirección deberá mantenerse en los públicos descuidados. Bajando el nivel del consumismo y elevando día a día la potencia alternativa que se pretende. Será primordial establecer un proceso por el cual el individuo se transforme en un socio activo y no en un simple objeto que enciende una emisora más. Sus fines tendrán que modificar las relaciones entre el oyente y el emisor al igual que desarrollar actitudes participativas.

6. Si la alfabetización popular es llevada a cabo en Radio Universidad, podrá ajustarse a sus propósitos y tendrá amplias posibilidades de articularse a los movimientos populares. Este desarrollo cualitativo de la alfabetización popular requerirá, entre otras cosas, una reorientación sustantiva de los papeles que corresponden a los actores sociales protagónicos.

BIBLIOGRAFIA

- Arriaga Cifuentes, Izabel
1993 Alternativas para la utilización de la Radio Universitaria. Fotopublicaciones, Litografía e Imprenta. Guatemala, ciudad. op. cit. 41, 67.
- Andreu Corzo, Guillermo
1985 Revista Antena No. 1. Guatemala, ciudad.
- Arévalo Yankos, Fernando Arturo
1992 La Radiofonía para la Infancia en Guatemala. Guatemala, ciudad. op. cit. pp. 2, 20.
- Adler, Alfred
1975 Psicología Moderna. Editorial Diana, Mexico.
- Baldizón, Byron
1988 Monografía de la Radio Guatemalteca. Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC
- Baldelli, Fio
1982 Información y Contrainformación. México. Nueva Imágen.
- Braun, Juan
1977 Visión Global de Investigación sobre Escuelas Radiofónicas. CID/ALER. Buenos Aires, Argentina. op. cit. 24, 30.
- Bisbal, Marcelino
1980 Presupuestos para una investigación alternativa. Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación No. 28-29.
- Contreras, Adalid
1988 La Educación Concientizadora: Educación Integral, Educación Crítica y Alternativa. Coordinadora Nacional de Radio (CNR). Lima, Perú.
- Castro, Jorge
1992 Las Hondas y la Radio. INDEC. México.
- Cesáreo, Giovanni
1984 Alternativas Populares a los Medios de Comunicación. Centro de Investigaciones Sociológicas. Madrid, España.
- Contreras, Adalid
1992 Es posible hacer una educación popular por radio? Asociación Latinoamericana de Enseñanza Radiofónica A.L.E.R. Quito, Ecuador.

- Castillo del Pino, Carlos
1970 La Incomunicación. Ediciones Península. Barcelona, España.
- Cool-Vinent, Roberto
1973 La Expresión Oral. Talleres Gráficos de Bibliograf S. A. Barcelona, España.
- Cassigoli, Armando
1982 Sobre la contrainformación y los así llamados medios alternativos. Volumen Comunicación Alternativa y Cambio Social. América Latina. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Díaz, Wagner
1982 Divirtiéndonos y matando nuestra cultura. Medios de difusión occidentales y erosión cultural en el Tercer Mundo. Guatemala, Ciudad.
- Dos Santos, Theotonio
1979 Dependencia y Cambio Social. Amaractu. Ediciones Quinto Sol S.A. de C.V. Impreso en México.
- Duarte, Anibal
1989 Radiofonía Religiosa en Guatemala. Centro Print. Guatemala, ciudad.
- Enzensberger, Hans Magnus
1974 Constituyentes de la Teoría de los Medios. Barcelona, Cuadernos Anagrama.
- Ewen, Stuart
1991 Todas las imágenes del consumismo. La política del estilo en la cultura contemporánea. Editorial Grijalbo, S. A. de C. V. México, D. F.
- Espina Cepeda, Luis
1992 Radio Educativa, un camino sólo iniciado. Editorial Popular, S. A. Bola 3. Madrid.
- Ferry, Jules
1978 Emancipación y Control Social. Editorial Mitre. España.
- Fontcuberta, Mar de
1984 Alternativas en Comunicación. Crítica de Experiencias y Teoría. Editorial Mitre. Copernico II Barcelona.
- Felicia, Fermina
1982 República Dominicana: Un Programa para Mujeres Campesinas. La Experiencia del "Club Mencia" con Radio Enriquillo. Seminario en Comunicación

- Alternativa sobre la Mujer. ILET-UNESCO. México.
- Ferguson, N.
1980 Radio educativa-lengua española, enseñanza-soporte escrito. Ediciones CEAC. Barcelona, España.
- Galiano, Eduardo
1994 La pobreza en Latinoamérica es el resultado de la injusticia. Siglo XXI p. 36. Guatemala, Centro América.
- Gómez, Mompert
1984 Alternativas en Comunicación. Crítica de Experiencias y Teoría. Editorial Mitre. Copernico II Barcelona.
- González Llorente, Pedro
1984 La Emisora Popular. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación. Ecuador.
- Guevara, Reynaldo
1993 Producción Radiofónica. San José, Costa Rica.
- Guevara, Reynaldo
1991 La Radio y su Poder de Masificación. INDEC México.
- Grajeda, David
1990 La radio en Guatemala. UNICEF-ICER-RNTC. op. cit. 16, 21, 70.
- Gascón Baquero, Ma. Carmen
1991 La radio en la comunicación no formal. Ediciones CEAC. S.A. Barcelona, España.
- Graziano, Margarita
1980 Los dueños de la Televisión. Argentina. Rev. Comunicaciones y Cultura Num. 7. Editorial Galerna, Buenos Aires, Argentina.
- Jiménez, José Eliodoro
1991 La ciencia de la comunicación en América Latina. Ediciones Quinto Sol, S.A de C.V. Insurgentes, México D.F.
- Kunczick, Michael
1992 Desarrollo y Comunicación. Editorial Druck Center Meckenheim. República federal de Alemania.
- Lozada, Fernando
1984 Las voces del coraje. Radio mineras de Bolivia. Revista latinoamericana de comunicación CHASQUI. Ecuador.
- López Vigil, José Ignacio
1984 La educación por radio. Chasqui. Revista

- Mailhac, Bernard
1976 Dinámica y génesis de grupos. Ediciones Marova.
Madrid.
- McLuhan, Marshall
1974 Para Comprender los Media. Paris. Seuil.
- Mcbride, S.
1980 Muchas voces, una palabra. Comunicación y sociedad
hoy y mañana. Nueva York.
- Moragas, Miguel y Prado Emilio
1982 Ubicación tipológica de la cultura popular y
comunicación alternativa. Ponencia presentada al
Congreso de Comunicación, Barcelona. España.
- Matta, M. Cristina
1988 Radio popular. Reflexiones apartir del seminario
taller sobre comunicación popular y radio masiva.
ALER, Quito-Ecuador.
- McLuhan, Marshall
1968 El Hemisferio occidental y los Media. ICA.
Universidad de Pensylvania.
- Malatrque, Gerhald
1980 Psicología de la Comunicación Social. Colección
INTIYAN. CIESPAL, Ecuador.
- Mcleish, R.
1988 Técnicas de creación y Realización en radio.
I.D.R.T.V. Madrid. España
- O'Sullivan Ryan, Jeremiah
1987 El pueblo dialoga con el pueblo. Educación Popular.
Ediciones Radio Occidente. Colombia.
- Oliva, René David
1989 El libreto o guión radiofónico (enseñanza y
aprendizaje en la ECC). Universidad de San Carlos de
Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Orihuela, Juan Carlos
1985 Material Impreso y Radiofónico del programa QHANA de
Educación Popular. La Paz Bolivia.
- Pasquali, Antonio
1980 Comunicación y cultura de masas. Monte Avila
Editores. Caracas, Venezuela. op. cit. 49-50, 105,
249.

- Polak, F. L.
1970 Cambio y tarea persistente de la utopía. Barral Editores, Barcelona
- Prado, Emilio
1986 Las radios libres. Editorial Mitre. Barcelona España.
- Picón E. César
1992 Aportes y desafíos de la alfabetización popular. Editorial Popular, S.A. Madrid.
- Pinto, Roger
1969 Métodos de las Ciencias Sociales. Dalloz. Madrid, España
- Portales, Diego
1986 Perspectivas de la Comunicación alternativa en América Latina. ILET. Santiago de Chile.
- Prieto, Daniel
1984 Comunicación y Cultura: De los Productos a los Procesos. Revista Chasqui No. 9, CIESPAL, Quito, Ecuador.
- Poveda, D.
1977 Creatividad y teatro. Editorial Narcea. Madrid.
- Paiva, M. Alfredo
1983 Cuadernos de Comunicación. México.
- Reyes Matta, fernando
1986 Comunicación Alternativa y desarrollo solidario ante el Mundo transnacional. ILET. México
- Reyes Matta, Fernando
1981 La Comunicación Alternativa y cambio Social en América Latina. ILET. México.
- Rodríguez Jiménez, Gabriel Alberto
1992 La radio. Las cartillas de la educación fundamental integral. Editorial Popular S.A. Madrid.
- Revista desde el Eter, Ministerio de Guerra. Guatemala.
1931
- Genecal, Michel
1986 Televisión y radios comunitarias. Teoría y práctica de una experimentación social. Editorial Mitre. Barcelona, España.
- Selser, Gregorio
1986 Brasil: El fenómeno de la "Imprfensa Nanica". Premiá Editora de libros S. A. Tlahuapan, Puebla. México.

Tattenbach, Franz

- 1992 Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica
IGER. Editorial popular, S. A. Bola 3. Madrid,
España. Pop. Cit. 159, 161.

Torres Carrera, José María

- 1991 Los Locutores de Radioemisoras de amplitud modulada
y el impacto de ciertas variables en su desempeño
lingüístico. Ediciones Superación. Guatemala,
ciudad.

Urrutia Abaigar, V.

- 1986 La nueva radio. Universidad del País Vasco. ,
Bilbao.

Villacorta O. Manuel R.

- 1987 La comunicación social en Guatemala sobre los medios
y otros apuntes. Editorial Plus Ultra. Guatemala,
ciudad.

Villegas, Esmeralda

- 1984 La Educación por Radio. CHASQUI. Revista
latinoamericana de comunicación. Ecuador.

Veresse, Stefano

- 1986 Educación y pueblos indígenas en Centro América. Un
balance crítico. Editorial Popular. S. A. Madrid,
España.

Whitte, J.

- 1978 Un logro alternativo de educación: Radio Santa María
UNESCO.

Yucuté, Miriam

- 1992 Las agencias de prensa y el nuevo orden mundial de
la información y la comunicación. Guatemala,
ciudad.

Zaragoza Sesmero, V.

- 1987 El flokllore y la radio. MEC. Madrid.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- Arriaga Cifuentes, Isabel
1993. Universitaria. Fotopublicaciones, Litografía e Imprenta. Guatemala, ciudad.
- Andreu Corzo, Guillermo
1985. Revista Antena No. 1. Guatemala, ciudad.
- Arevalo Yankos, Fernando Arturo
1992. La Radiofonía para la Infancia en Guatemala. Guatemala, ciudad.
- Adler, Alfred
1975. Psicología Moderna, Editorial Diana. México.
- Alemán, Mercedes
1988. En Busca de tu identidad. Editorial Diana, S.A. de C.V. México, D.F.
- Baldizón, Byron
1988. Monografía de la Radio Guatemalteca. Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC.
- Baldelli, Pío
1982. Información y Contrainformación. México. Nueva Imagen.
- Braun, Juan
1977. Visión Global de Investigación sobre Escuelas Radiofónicas. CID/ALER. Buenos Aires, Argentina.
- Contreras, Adalid
1988. La Educación Concientizadora: Educación Integral, Educación Crítica y Alternativa. Coordinadora Coordinadora Nacional de Radio (CNR). Lima, Perú.
- Castro, Jorge
1992. Las Hondas y la Radio. INDEC. México.
- Cesáreo, Giovanni
1984. Alternativas Populares a los Medios de Comunicación. Centro de Investigaciones Sociológicas. Madrid, España.
- Contreras, Adalid
1992. Es posible hacer una educación popular por radio? Asociación Latinoamericana de Enseñanza Radiofónica A.L.E.R. Quito, Ecuador.
- Castillo del Pino, Carlos
1970. La Incomunicación. Ediciones Península. Barcelona.

- Cool-Vinent, Roberto
1973 La Expresión Oral. Talleres Gráficos de Bibliograf
S.A. Barcelona, España.
- Cassigoli, Armándo
1982 Sobre la contrainformación y los así llamados medios
alternativos. Volumen Comunicación Alternativa y
Cambio Social. América Latina. Universidad Nacional
Autónoma de México.
- Díaz, Wagner
1982 Divirtiéndonos y matando nuestra cultura. Medios de
difusión occidentales y erosión cultural en el
tercer mundo. Guatemala, ciudad.
- Dos Santos, Theotónio
1979 Dependencia y Cambio Social. Amaractu. Ediciones
Quinto Sol S.A. de C.V. Impreso en México.
- Duarte, Anibal
1989 Radiofonía Religiosa en Guatemala. Centro Print.
Guatemala, ciudad.
- Ewen, Stuart
1991 Todas las imágenes del consumismo. La política del
estilo en la cultura contemporánea. Consejo Nacional
para la Cultura y las Artes. Grijalbo. México, D.F.
- Enzensberger, Hans Magnus
1974 Constituyentes de la Teoría de los Medios.
Barcelona, Cuadernos Anagrama.
- Espina Cepeda, Luis
1992 Radio Educativa, un camino sólo iniciado. Editorial
Popular, S. A. Bola 3. Madrid.
- Finkelstein, Sidney
1975 El Antihumanismo de McLuhan. Akal Editor. Madrid,
España.
- Fromm, E.
1989 El miedo a la libertad. Impreso en Ingraf, S.A.
Barcelona, España.
- Farry, Jules
1978 Emancipación y Control social. Editorial Mitre.
España.
- Fontcuberta, Mar de
1984 Alternativas en Comunicación. Crítica de
Experiencias y Teoría. Editorial Mitre. Copernico II
Barcelona.
- Felicia, Fermina

- 1982 República Dominicana: Un Programa para Mujeres Campesinas. La Experiencia del "Club Mencia" con Radio Enriquillo. Seminario en Comunicación Alternativa sobre la mujer. ILET-UNESCO. México.
- Ferguson, N.
1980 Radio Educativa-lengua española, enseñanza-soporte escrito. Ediciones CEAC. Barcelona, España.
- Galiano, Eduardo
1994 La pobreza en Latinoamérica es el resultado de la injusticia. Siglo XXI p. 36. Guatemala, Centro América.
- Gómez, Moypart
1984 Alternativas en Comunicación. Crítica de Experiencias y Teoría. Editorial Mitre. Copernico II Barcelona.
- González Llorente, Pedro
1984 La Emisora Popular. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación. Ecuador.
- Guevara, Reynaldo
1993 Producción Radiofónica. San José, Costa Rica.
- Guevara, Reynaldo
1991 La Radio y su Poder de Masificación. INDEC, México.
- Grajeda, David
1990 La Radio en Guatemala. UNICEF-ICER-RNTC.
- Gascón Baquero, Ma. Carmen
1991 La radio en la comunicación no formal. Ediciones CEAC S.A. Barcelona, España.
- Graziano, Margarita
1980 Los dueños de la Televisión. Argentina Rev. Comunicaciones y Cultura Num. 7. Editorial Galerna, Buenos Aires, Argentina.
- Jara H. Oscar
1994 Para sistematizar experiencias. ALFORJA, Programa Regional Coordinado de Educación Popular. Costa Rica.
- Jiménez, José Eliodoro
1991 La ciencia de la comunicación en América Latina. Ediciones Quinto Sol, S.A. de C.V. Insurgentes, México, D.F.
- Kunczick, Michael
1992 Desarrollo y Comunicación. Editorial Druk Center Meckenheim. República Federal de Alemania.

- Lozada, Fernando
 1984 Las voces del coraje. Radios Mineras de Bolivia.
 Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación.
 Ecuador.
- Mailhiot, Bernard
 1976 Dinámica y génesis de grupos. Ediciones Marova.
 Madrid.
- McLuhan, Marshall
 1974 Para Comprender los Media. París. Seuil.
- Mcbride, S.
 1980 Muchas voces, una palabra. Comunicación y sociedad
 hoy y mañana. Nueva York.
- Moragas, Miguel y Prado, Emilio
 1982 Ubicación tipológica de la cultura popular y
 comunicación alternativa. Ponencia presentada al
 Congreso de Comunicación, Barcelona. España.
- Matta, M. Cristina
 1988 Radio popular. reflexiones apartir del seminario
 taller sobre comunicación popular y radio masiva.
 ALER. Quito, Ecuador.
- McLuhan, Marshall
 1968 El Hemisferio occidental y los Media. ICA.
 Universidad de Pensylvania.
- Maletzque, Gerhald
 1980 Psicología de la Comunicación Social. Colección
 INTIYAN. CIESPAL, Ecuador.
- Mcleish, R.
 1988 Técnicas de creación y realización en radio.
 I.G.R.T.V. Madrid. España.
- O'sullivan Ryan, Jeremiah
 1987 El pueblo dialoga con el pueblo. Educación Popular.
 Ediciones Radio Occidente. Colombia.
- Oliva, René David
 1989 El libreto o guión radiofónico (enseñanza y
 aprendizaje en la EDC) Universidad de San Carlos de
 Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Orihuela, Juan Carlos
 1985 Material Impreso y Radiofónico del programa GHANA de
 Educación Popular. La Paz, Bolivia.
- Pasquali, Antonio
 1980 Comunicación y cultura de masas. Monte Avila
 Editores. Caracas, Venezuela.

- Polak, F. L.
1970. Cambio y tarea persistente de la utopía. Barra
Editoras, Barcelona.
- Prado, Emilio
1988. Las radio libres. editorial Mitre. Barcelona.
España.
- Picón E. César
1982. Aperturas y desafíos de la alfabetización popular.
Editorial Popular, S.A. Madrid.
- Pinto, Roger
1989. Métodos de las Ciencias Sociales. Daloz. Madrid,
España.
- Portales, Diego
1986. Perspectivas de la Comunicación Alternativa en
América Latina. ILET. Santiago de Chile.
- Prieto, Daniel
1984. Comunicación y Cultura: De los Productos a los
Procesos. Chasqui. Revista Latinoamericana de
Comunicación No. 9, CIESPAL, Quito, Ecuador.
- Poveda, D.
1977. Creatividad y teatro. Editorial Narcea. Madrid
- Paiva, M. Alfredo
1983. Cuadernos de comunicación. México.
- Pasquali, Antonio
1990. Comunicación y cultura de masas. 6a. edición. Monte
Avila Editores. Caracas, Venezuela.
- Reyes Matta, Fernando
1986. Comunicación alternativa y desarrollo solidario ante
el mundo transnacional. ILET. México.
- Reyes Matta, Fernando
1981. La Comunicación Alternativa y Cambio Social en
América Latina. ILET. México.
- Revista Desde el Eter, Ministerio de Guerra. Guatemala.
1931
- Senecal, Michel
1986. Televisión y radios comunitarias. Teoría y práctica
de una experimentación social. Editorial Mitre.
Barcelona, España.
- Selcer, Gregorio
1986. Brasil: El fenómeno de la "Imprensa Nanica". Premiá
Editorá de Libros S.A. Tlahuapan, Puebla, México.

- Tattenbach, Franz
 1992 Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica,
 IGER. Editorial Popular, S.A. Bola 3. Madrid,
 España.
- Torres Carrera, José María
 1991 Los Locutores de Radioemisoras de Amplitud Modulada y
 el impacto de ciertas variables en su desempeño
 lingüístico. Ediciones Superación. Guatemala,
 ciudad.
- Urrutia Abaigar, V.
 1986 La ueva radio. Universidad del País Vasco. Bilbao.
- Villacorta O. Manuel R.
 1987 La comunicación social en Guatemala sobre los medios
 y otros apuntes. Editorial Plus Ultra. Guatemala,
 ciudad.
- Villegas, Esmeralda
 1984 La Educación por Radio. Chasqui. Revista
 Latinoamericana de Comunicación. Ecuador.
- Veresse, Stefano
 1986 Educación y pueblos indígenas en Centro América. un
 balance crítico. Editorial Popular S.A. Madrid,
 España.
- Whitte, J.
 1978 Un logro alternativo de educación: Radio Santa
 María, UNESCO.
- Yucuté, Miriam
 1992 Las agencias de prensa y el nuevo orden mundial de
 la información y la comunicación. Guatemala, ciudad.
- Zaragoza Sesmero, V.
 1987 El folklore y la radio. MEC. Madrid.

DOCUMENTOS

- Reglamento Interno de Radio y TV Universitarias, Universidad
 de San Carlos de Guatemala, Marzo 1992.
- Informe de Labores Radio Universidad, Junio-Diciembre 1992.
 op. cit. 2, 3, 4, 5, 6.

ENTREVISTAS

Bonilla Riveiro, José Ramón
Locutor, Ex-director de Radiodifusión y Televisión Nacional,
Ex-coordinador de Radio Universidad. (23-8-94).

Caál, Mario Sebastián
Facilitador proyecto de alfabetización IGER, Cobán A.V. (16-
10-94).

Cuyuch, Eduardo
Programador Central de Radio -Tropicalida, Alfa, galaxia-
(27-10-94)

Castro, Hilda
Locutora Comercial, directora de la novela guatemalteca TGW.
(28-11-94).

Duarte, Anibal
Licenciado en Ciencias de la Comunicación (18-11-94).

Flores, Carlos
Locutor y presentador de noticias TELE PRENSA, canal 11 de
TV. (4-11-94).

Gudiel, Ana Elisa
Locutora y estudiante de Ciencias de la Comunicación de la
USAC. (22-11-94).

González Jacob, Juan Alberto
Licenciado en Economía, docente del Área socio-económica de
la escuela de Ciencias de la Comunicación USAC. (22-11-94).

Herrera, Emma
Productora y redactora de Radio Universidad. Estudiante de
Ciencias de la Comunicación USAC. (10-10-94).

Hernández, Magdiel Fredy
Estudiante de Ciencias de la Comunicación, Universidad
Francisco Marroquín, operador técnico de Radio Universidad.
(10-10-94).

Leiva Osegueda, Rony
Coordinador de programación Radio Nacional TGW. (21-10-94).

Morales, Oswaldo
Locutor de Super Radio. Actualmente presidente de la
Asociación de Locutores de Guatemala ALG. (23-10-94).

Martínez, Rómulo
Profesor-Locutor del Instituto Guatemalteco de Escuelas
Radiofónicas IGER. (16-10-94).

Méndez, Francisco Alejandro
Periodista, Escritor, Jefe de Producción de Radio
Universidad, Reportero de la revista Polémica. (24-10-94/13-
1-94).

Maaz, Roberto
Locutor Radio Cobán y Radio Tezulutlán, Cobán A.V. (26-10-
94).

Mérida, Gilda
Productora-redactora Radio Universidad, estudiante de
Ciencias de la Comunicación USAC. (10-10-94).

Morales, Juan José
Licenciado en Psicología, director del Área de Comunicación
de la Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC. (11-11-
94).

Paz, Roberto
Locutor de Radio Universidad, TSW, Radio Progreso.
Periodista. (10-10-94).

Pumay Argueta, Elías
Comunicador Social. Estudiante de la facultad de Derecho de
la USAC. (8-11-94).

Piedrasanta Arandi, Mario
Locutor de Radio Nuevo Mundo, Jefe de Programación de Radio
Universidad. (23-10-94).

Quatrinni, Otto
Ex-productor y grabador de TSW, Ex-jefe de Producción de
Radio Universidad. (23-9-94/ 3-11-94).

Roblero, Marbin
Periodista, Locutor de Radio Universidad. (24-10-94/10-10-
94).

Rodríguez, Felipe
Locutor y productor de Radio Universidad, estudiante de la
facultad de Derecho USAC. (10-10-94).

Ramírez, Víctor Manuel
Periodista y Licenciado en Ciencias de la Comunicación. (11-
11-94).

Sitamul, Ernesto
Licenciado en Psicología, Relaciónista Público Municipalidad
de Mixco. (22-11-94).

Solis, Yolanda
Locutora de Radio Universidad. (18-7-94).

Torres, José María

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

Locutor comercial, locutor de radio Fabulosa, periodista,
Licenciado en Ciencias de la Comunicación. (10-10-34).

Zetina, Roberto

Ingeniero Técnico Radio Faro Aviateca y Radio de la USAC.