

Universidad Nacional Autónoma de México
Programa de Postgrado en Ciencias Políticas y Sociales

LA RADIO UNIVERSITARIA ESTUDIANTIL
(LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA)



Tesis para obtener el grado de Maestro en Ciencias de la
Comunicación

Presenta: Jorge Sadi Durón

Tutor: *Dr. Vicente Castellanos Cerda*

Ciudad Universitaria Agosto de 2006

A mi madre:

*Por apoyarme siempre en todo
incondicionalmente
y siempre estar ahí
cuando más la necesito.*

Sin usted madre nada de esto sería posible.

Agradecimientos:

A la **UNAM** por permitirme ingresar en esta maravillosa casa de estudios.

Al **CONACYT** por apoyarme con una beca que me ha permitido estar en esta ciudad y en esta maestría y así convertirme en alguien de provecho para mi comunidad, para la academia y para la sociedad.

A todos mis profesores por sus enseñanzas y a mi tutor por su paciencia, que gracias a ellos he alcanzado una de mis más grandes metas en la vida. En especial y con mucho cariño a la **Dr. Margarita Yépez**, a la **Dr. Carola García** a la **Dr. Elvira Hernández Carballido**, **Dr. Florance Toussaint**, **Dr. Rodolfo Uribe** y **Dr. Felipe López Veneroni**, por darme las herramientas necesarias y el apoyo indispensable y “los jalones de orejas” para completar esta tesis y realizarla de la mejor manera posible. Sin ustedes no podría haberlo hecho.

A mis compañeros de maestría y amigos, que con su animo, aliento, simpatía y consejos me dieron fuerzas y me hicieron ver mis errores y me apoyaron en los momentos en que más ayuda necesitaba. En especial a mis grandes Camaradas: **J. Angel Garfias**, **Anylu**, **Marisol**, **Nubia**, **Octavio**, **Diana**, **Karina**, **Marianita**, **el Paquito**, **Alf**, **Adiel**, **Fermín**, **Erika Trejo**, **Graciela**, **al Tovarich** y todos aquellos que omito por falta de espacio y por mala memoria, gracias por todo, por su ayuda y por ser más que nada mis amigos.

A mi madre: **Carmen Durón Rodríguez**, a quien le dedicó la tesis y que siempre me ha acompañado en todos mis proyectos y a quien respeto y amo más que a nadie en este mundo.

A mi padre: **Prof. Jorge Sadi Quintanilla** por quererme aunque yo no sea como él quiere que sea, y ayudarme en la dificultad. Sus negativas y sus temores, me hicieron más fuerte.

A mis amigos de toda la vida de Torreón, que siempre me han apoyado y a su manera aconsejado y aliviado: **MC. J. Antonio González**, **Luis Cervantes (Ozy)**, **Montse y Madeleine Lee**, **Lic. Cristina Fuentes**, **Lic. Maximiliano Contreras**, **MC. Arnoldo Flores Torres**, y a mis profesores de Licenciatura por apoyarme en este proyecto, **MC Pascual Reyes**, **Dr. Blanca Chong**, **MC. Lerins Varela**, **Lic. Noris**, *et al.* Y a todas las universidades laguneras por su apoyo para la realización de esta investigación.

A mis nuevos amigos del DF: a **Oli**, **Paola** (sin tu llamada no estaría aquí), **Paulina Pizano**, de esgrima a los hermanos **Tenopala**, **Merlín**, **Sebastián**, **al Doc Luna** , a **Magallanes**, **Liliana**, **Malenita**, **Alessandro**, **Eli Mosqueda**, **Ferrari**, **Diana**, **Livi**, **Mariana**, **el Memo**, **el hongito**, **Sandra**, **Nuria**, **Marlene**, **Ricardo 1 y 2 Ariel**, **Alejandra**, **al Prof. Jorge** y a todos los que omito por espacio y por memoria. ¡Gracias por siempre confiar y apoyar a este loco poeta esgrimista!

ÍNDICE

Introducción.....	1
-------------------	---

Capítulo 1

La radio universitaria estudiantil.....	11
La Comunicación Alternativa, Marco Teórico.....	19
La radio y la comunicación alternativa.....	40
La radio y su uso alternativo a través de la Historia.....	47
Descripción del contexto actual de la radio en México.....	56
La radio en México y su legislación pro-oligopolios.....	65

Capítulo 2

La Comarca Lagunera.....	73
La oferta mediática en La Comarca Lagunera....	78
Las Universidades a Estudiar, metodología.....	91

Capítulo 3

Las Radios Universitarias Estudiantiles de La Comarca Lagunera:

La Universidad Pública

<i>Universidad Autónoma de Coahuila</i>	<i>106</i>
---	------------

Capítulo 4

Las Radios Universitarias Estudiantiles de La Comarca Lagunera:

Las Universidades Privadas:

Instituto Tecnológico Sierra Madre	135
Universidad Autónoma de la Laguna.....	139
Universidad Iberoamericana campus laguna.....	145
Universidad Autónoma del Noreste	154
Universidad Lasalle de la Laguna	161

Capítulo 5

<i>Análisis de las radio universitarias estudiantiles de La Comarca Lagunera</i>	164
Conclusiones	193
Anexos.....	219
Bibliografía.....	305

Introducción.

En el mundo de los estudios de la comunicación en México, la radio es uno de los medios que no ha sido privilegiado con la misma cantidad de atención que otros medios reciben, como la televisión, Internet o la prensa.

Los estudios sobre radio se han dirigido –principalmente- hacia al consumo de medios comerciales; la investigación sobre los medios culturales, comunitarios o universitarios son los menos. Pero aún así son pocos los libros y las investigaciones al respecto de la radio.

Muchos de estos libros tienen al menos 20 años de antigüedad, clásicos que son necesarios de leer, pero es notable que la investigación de la radio está muy limitada, centrándose en estudios de audiencias, sobre historia de la radio comercial, sobre la historia de la radio indigenista e indígena (entendidas aquí, la primera gubernamental, la segunda comunitaria-ciudadana), y sobre la historia de programaciones o reportajes de la radio universitaria institucional.

De los libros clásicos de lectura obligada se encuentran: *“La otra radio voces débiles, voces de esperanza”* y *“Ondas, canales y mensajes, Un perfil de la radio en México”* de **Cristina Romo,** *“Perfiles del cuadrante”* **Rebeil, Corella María Antonieta** et al, *“La radio Mexicana centro y regiones”* **Fátima Fernández Christilieb, De la Selva, Alma Rosa,** *“Radio e ideología”*.

Aunque estos estudios e investigaciones han dejado huella y marcado pautas; las líneas de investigación sobre radio se han estancado y por lo general se aborda desde las mismas perspectivas y pocos son los libros que se adentran en los fenómenos de la radio, sobre todo la universitaria. Los textos actuales a estos libros, se interesan más por la radio comunitaria, tratan sobre la situación y la historia de la radiodifusión comunitaria en México, América Latina, Europa, Asia y

África (muchos de ellos se consiguen sólo en páginas web) y en algunos casos con sus aplicaciones vinculadas al uso de Internet, algunos actuales son: “*Con Permiso La radio comunitaria en México*” de **Calleja Aleida, Solís Beatriz** (2005) y de Internet: “*Radio [apasionad@s](http://www.comunica.org/apasionados/), Experiencias de radio comunitaria en el mundo*”¹ y “*Secreto a Voces NTICS e interactividad*”² de **Girad, Bruce** (Comp.) éstas obras son importantes ya que ayudan a conocer la situación regional y mundial de la radio comunitaria en el mundo, proporcionándonos una visión de cómo los planteamientos de la comunicación alternativa van encaminados a la libertad de uso y enajenación de las ondas y del medio y de la apropiación de los individuos de la sociedad con fines comunitarios y sociales, antes que comerciales.

“*Las Otras Radios*” de **Bouissa Alfredo, Curuchet Eduardo, y Orcajo Oscar**³, nos presenta las diversas clasificaciones y nombres con que se designan a las radios alternativas que existen, como : comunitaria, libre, pirata, sindicalista, etc. Y una recopilación histórica de estas nomenclaturas y sus orígenes.

En el medio académico hasta el 2001⁴ encontramos que los estudios sobre radio apenas llegan a 82, de los cuales en su mayor parte son sobre: estudios de audiencias, históricos, sobre programas en particular, pasando por los de radio e Internet, legislación de la radio, radio indigenista y publica, unos cuantos sobre radio universitaria y unos pocos sobre radios alternativas, de ahí sólo 13 son estudios de postgrado.

En el caso de las tesis, en el cual, el campo de estudios es amplio, rescatamos algunos trabajos como el de: **Ruiz Martínez, Limbania Ruth**. “*Acuerdos y contubernios entre concesionarios radiofónicos del Distrito Federal de radio y televisión*” por mostrarnos algunas de las argucias políticas y económicas de los

¹ www.comunica.org/apasionados/

² www.comunica.org 2006

³ <http://www.lateja.org.uy/elpuente/lasotrasradios/otrasnombres.html> 2004

⁴ **Fuentes Navarro Raúl**, “*La investigación académica sobre comunicación en México, sistematización documental 1995-2001*”. ITESO Guadalajara Jalisco, México, 2003 530 pp.

medios y los oligopolios, otro sobre radios piratas **Rodríguez Palma, Miguel Ángel**. *“Ondear de banderas negras en una alternativa radial : Radio Pirata en México, década de los noventa”* quien nos relata la experiencia de algunas emisoras que existieron en el DF de forma clandestina, aunque es un estudio meramente anecdótico, sirve para ilustrar los avatares de este tipo de experimentos sociales.

De las que tratan los temas de radio comunitaria, dos casos en particular combinan el factor comunitario con lo universitario **Gómez, Ortiz María Gabriela** *“Radio Comunitaria una expresión de la comunicación alternativa, el caso de radio Ibero”* UIA, **Cotera, Correa, Gerardo** *“Radio UDEM (Universidad del Estado de México): Una emisora universitaria experimental comprometida con su comunidad”* Tecnológico de Monterrey, que también son estudios de casos en específico pero que rescatan la importancia de los intentos de radiodifusión universitaria, y su vinculación con la comunidad.

Otras tesis son manuales de radiodifusión de producción o locución como **Santana Reyes, Sandra**. *“La radio y sus recursos :el locutor de Frecuencia Modulada en el Distrito Federal en los noventa”*, o la viabilidad de montar una radiodifusora, o de proyectos de propuestas de radio difusoras como **López Vázquez, Luis Alberto**. *“Alternativa para una radio experimental en la ENEP Acatlán”*. Algunos otros tocan la historia de casos concretos sobre emisiones como **Corral Valenzuela, Leticia**. *“Análisis de la programación de radio que capta Tlayacupan, Morelos y un modelo de reestructuración acorde con la realidad social de los receptores”*.

Lo que es usual encontrar en estos estudios es la preocupación por la saturación del cuadrante y de las pocas alternativas de radiodifusión. No en todas se toca lo referente a la comunicación alternativa como corriente teórica, y en pocas toman

en cuenta a la radio universitaria, pero por lo general son estudios sobre la radio comercial. Además la mayoría de los casos las tesis son de licenciatura.

Esta investigación pretendió abrir una brecha, caminar por una vereda inexplorada, o por no parecer petulante, poco transitada, en el camino de la investigación de la radio en México, al trabajar sobre "*La radio universitaria*". El trabajar sobre este tipo de expresiones radiofónicas son indispensables puesto que nos permiten observar de cerca los fenómenos comunicativos que nacen a raíz de una saturación del cuadrante radiofónico con una oferta meramente comercial y que nos habla de una marginación mediática de los actores universitarios y de la sociedad en general, una preocupación y necesidad que se representa en estos experimentos de radiodifusión pocas veces registrados o tomados en cuenta.

He de aclarar que este trabajo no aborda la radio universitaria formal que todos conocemos, la que tiene un gran edificio o recursos financieros, un sistema burocrático y control institucional fuerte; me refiero a esas "*otras radios*", las que surgen en el seno mismo de las facultades y / o escuelas donde se imparte la carrera de ciencias de la comunicación, periodismo, comunicación organizacional o información; éstas, las "*radios de los muchachos*", que surgen como los hongos del bosque, es decir, sin que nadie se lo espere, siempre presentes, aunque no se les vea, o se les obvie en el paisaje académico, específicamente las que surgen en las instituciones que imparten la carrera de comunicación en La Comarca Lagunera, la cual se ubica en la zona Noreste⁵ del país, específicamente en las ciudades de Torreón y de Gómez Palacio, (las principales de las muchas que conforman La Comarca Lagunera), donde se concentran las universidades que imparten la carrera de Ciencias de la Comunicación, Comunicación Organizacional, Ciencias de la Información y de Periodismo. Ciudades que por sus

⁵ Clasificación del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología [CONACYT](http://conacyt.mx), donde se considera 10 regiones educativas del País ver referencia en: <http://ccc.inaoep.mx/univ/> 2004

características demográficas, culturales y socioeconómicas, son de gran importancia como ejes de un centro metropolitano de relevancia en el norte del país.

A estas “radios de los muchachos” me permitiré denominarlas **radio universitarias estudiantiles**, para diferenciarlas de las radio universitaria institucional y fueron abordadas desde la perspectiva de la comunicación alternativa.⁶

Ahora el problema objeto de estudio es: **¿Están las radiodifusoras universitarias estudiantiles creadas como un proyecto de comunicación alternativa de características plurales, participativas y con objetivo social?**

De esta forma emprendimos un diagnóstico y un reconocimiento histórico-social-universitario y su vinculación con la sociedad y con la comunidad universitaria, y las seguimos desde su génesis, hasta su desaparición o reaparición y permanencia en el escenario universitario y social.

Empezamos por lo obvio, su forma y cómo se perciben, es decir, entre sus creadores, promotores y radioescuchas, *¿Cómo se definen estas radiodifusoras?*

Este trabajo partió de las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Cuál es la estructura básica de estas radios, así como sus principales mecanismos de operación, de producción y reproducción operantes?

⁶ Es pertinente aclarar que este estudio planteó a estas expresiones universitarias -a veces apoyadas por profesores y algunos directivos entusiastas- como proyectos dirigidos a crear un cambio en las pautas y los parámetros de cómo se concibe la radio que existe en el medio donde se desenvuelven, la radio tradicional o dominante.

- ¿Cuál es la manera en los que los estudiantes se integran o participan con este medio?
- ¿Quiénes son los actores y cuáles son las políticas y los criterios de producción?
- ¿Son éstos proyectos planificados o simplemente fenómenos de aparición repentina, generados por inquietudes de la carrera de comunicación como experimentos que siguen los patrones de radio convencional?
- ¿Cómo se plantean las barras programáticas, hay una retroalimentación de los medios con sus escuchas y cuáles son los mecanismos de ésta?
- ¿Existe alguna diferencia como proyecto de comunicación entre las radios que aparecen en las escuelas públicas y las radios que aparecen en las escuelas privadas? ¿Cuáles son estas diferencias?
- ¿En qué grado existe, o no, una interacción entre estas radios universitarias estudiantiles y las radios universitarias formales?
- ¿Cuál es la historia de estas radios? ¿Cómo surgen y por qué?, ¿Cuándo desaparecen (cuál es su duración) y por qué?
- ¿Cuál es el modo de transmisión que utilizan AM, FM, Cable, Internet y por qué?

En este estudio, planteamos tres hipótesis:

1) "Las radios universitarias estudiantiles se auto-definen como proyectos comunicativos alternos en beneficio de la sociedad, con una difusión de la cultura en todos sus aspectos y variantes, y la inclusión en sus barras programáticas de programas generados pensando en problemáticas sociales y culturales de relevancia".

2) "Las radios universitarias estudiantiles son propuestas basadas en un intento de participación democrática y plural dentro del área de la escuela."

3) “Se desarrollan primero como una inquietud comunicativa de tipo local y por sus características específicas buscan ampliar su espectro de cobertura, y al ocurrir esto, se plantean a sí mismas una labor social que involucre a la sociedad, más allá de la institución educativa donde nacen.”

Los objetivos de esta investigación fueron los siguientes:

- Identificar el carácter de estos proyectos como intentos de comunicación alternativa y su relevancia en la comunidad universitaria y posteriormente en la sociedad.
- Analizar estos fenómenos comunicacionales y evidenciar la naturaleza de su surgimiento y sus características principales.
- Obtener una clasificación de estas radiodifusoras y analizar sus proyectos de creación.
- Analizar históricamente la situación de las radios universitarias estudiantiles que surgen en La Comarca Lagunera, en específico las dos ciudades más importantes Torreón Coahuila y Gómez Palacio Durango.
- Crear una clasificación de este tipo de radiodifusoras, que permita facilitar su posterior estudio en otras investigaciones.

Metodología

Se hizo un estudio descriptivo e histórico de éstas, surgimiento y / desaparición, modo de transmisión, productores, políticas de producción y transmisión, barra programática, personal que integra o integraba la radiodifusora, así como los pioneros o creadores de las mismas, la producción generada por las emisoras, el contacto de éstas con la sociedad, tanto como con otras universidades. Además de un análisis de las radios con respecto al planteamiento teórico de la comunicación alternativa.

El estudio se realizó desde un pluralismo de métodos, donde se plantea una investigación empírica de corte etnográfico de *descripción densa*⁷. Gracias a esta flexibilidad es posible utilizar diversas técnicas de acercamiento y herramientas analíticas sobre los objetos / sujetos de estudio de la “etnia universitaria”, ya que está más interesada la etnografía en los modelos socioculturales de la conducta humana⁸.

Estos experimentos estudiantiles, generalmente van acompañados de la tutoría de un profesor, y en algunos casos con el beneplácito de las autoridades universitarias, en otras, no. Esta investigación permitió rescatar estos experimentos comunicacionales, y exponer la importancia y limitaciones de los mismos.

Nos permitió conocer el esquema básico de creación de estas radios. Sus principales características y diferencias entre cada modelo. Sobre todo nos abre el panorama del norte de la República Mexicana, en el enclave de La Comarca Lagunera, que como centro metropolitano de relevancia, vale la pena conocer y explorar. El desglose de esta investigación es el siguiente:

Capítulo I

En el primer capítulo se presenta el campo de acción o el estado del arte de los estudios sobre radio universitaria y sobre comunicación alternativa en México y el Mundo y la justificación de este estudio, así como la entrada a la delimitación

⁷Como **Clifford Geertz** nos comenta, que la antropología realiza Etnografía...“*una especulación elaborada... una descripción densa...Las complejidades son posibles y prácticamente no tiene fin, por lo menos lógicamente*”. Así la definición del objeto de la etnografía sería, una jerarquía estratificada de estructuras significativas, atendiendo a las cuales se producen, se perciben y se interpretan los hechos, y sin los cuales no existiría. Es decir, la cultura es interpretaciones e interacciones sociales, que se gestan alrededor y dentro de la mente y la vida del individuo, por ello mismo, no es posible establecer universalidades, sino interpretar posiciones y formas de entender las significaciones y las interacciones de la sociedad humana. **Geertz, Clifford**, “*La interpretación de las culturas*” Editorial Gedisa 1973.

⁸ **Sanchiz Ruiz, Ma Luisa** “*Investigación Etnográfica sobre un club de ocio para personas con deficiencia mental*”, en **Pérez Serrano, Gloria** (coord.) “*Modelos de investigación cualitativa en Educación social y animación sociocultural, aplicaciones prácticas*”. Narcea S.A., Ediciones Madrid 2004 Pág. 167

espacio temporal de la investigación en La Comarca Lagunera y la importancia del estudio de la radio universitarias estudiantiles y de La Comarca Lagunera.

Se describe la perspectiva teórica de la comunicación alternativa, se hace un acercamiento a la radio desde esta perspectiva teórica. Después nos desplazamos por la historia de la radio, desde una perspectiva alternativa, se muestran las principales trabas en el camino de la democratización de las ondas hertzianas, y así es que se prosigue con una descripción del contexto de la radio en México y su legislación, subsecuentemente, se da un panorama del contexto actual de la radio en México.

Capítulo II

Comienza este capítulo con una descripción histórica, geográfica y económica de la región denominada Comarca Lagunera.

Se da un pequeño esbozo de la oferta cultural, de vías de comunicación, de la oferta educativa en La Comarca de sus dos principales ciudades, así como también de los medios de comunicación y de la historia de la radio en la zona, la oferta del cuadrante actual en AM y FM y los principales grupos que controlan la misma.

Después se provee de una descripción de las universidades a estudiar en la investigación, desde su aparición como universidad, la de la carrera de comunicación y el número de egresados aproximados tanto históricamente como por año. Así como la metodología empleada para el estudio de éstas.

Capítulo III

En el capítulo tercero se da a conocer los casos estudiados de la universidad Pública, que fueron dos casos: uno por cable y otro por FM, la historia, los datos relevantes, los pioneros, la información, y todo lo referente a estas radios universitarias estudiantiles.

Capítulo IV

En el capítulo cuarto son las universidades privadas las que se analizan, la historia, los pioneros, la información, y todo lo referente a estas radios

universitarias estudiantiles, mostrándonos que son dos las que aún subsisten y una que no cumple con los parámetros que establecimos para una radio universitaria estudiantil.

Capítulo V

Se analizan y establecen las diferencias y similitudes entre cada una de los casos de la investigación, con base a los planteamientos de la comunicación alternativa. También con base a estas experiencias se plantean una serie de 4 etapas de nacimiento, crecimiento, y desarrollo de las radios universitarias estudiantiles, hasta un posible desenlace o transmutación a una radio oficial de la universidad y del futuro de éstas.

Conclusiones

La investigación nos muestra, que estas radios estudiantiles, carecen o carecieron, de un proyecto sustentado en la comunicación alternativa, que sí son “proyectos alternos a lo comercial” pero no sustentados ideológica y culturalmente en esta corriente teórica, sino con un enfoque más técnico-instrumental, para fines prácticos de la carrera y del taller de radio.

Sólo queda comentar la motivación para hacer esta investigación ¿Porqué me intereso en las **radios universitarias estudiantiles**? Por que en lo particular, formé parte de uno de estos experimentos, donde la radio universitaria estudiantil significaba algo más que un rato de diversión, o de programar canciones de rock, donde una radiodifusora, se convertía en parte de la comunidad universitaria y de la sociedad, y que marcó huella en su andar, hasta su desafortunado cierre por cuestiones políticas, que demuestran el grado de penetración que un medio como éste puede llegar a tener, aunque sólo sean “**las radios de los muchachos**”.

Jorge Sadi Durón.

Capítulo Primero:

1.1 La radio universitaria estudiantil.

¿Por que estudiar "las radios de los Muchachos"?

La mayor parte de los estudios acerca de la radio se hacen, propiamente, sobre las radios comerciales, radios culturales, y pocas veces sobre las radios universitarias y es aquí donde quiero hacer una acotación. Los estudios sobre la radio universitaria se enfocan principalmente en las radiodifusoras que sirven como órgano de la universidad, es decir, la radio formal, la radio institucionalizada, podríamos decir burocratizada.

Es en este punto donde pretendo abrir una brecha de investigación, *la radio universitaria estudiantil*, como un fenómeno que vemos comúnmente en las universidades, en específico en los centros de estudio donde se imparte la materia de comunicación, muchas veces, se les cataloga inmediatamente como simples "*radios de los muchachos*"⁹, es decir, se les ha estereotipado como "rockolas" e incluso, no se les llega ni siquiera a considerar radios¹⁰. Estas son radios desde el momento que existe una producción y una distribución de "sonido" con sentido y coherencia, estructurado, con cierto orden, con el fin de comunicar, esto a través de medios electrónicos, ya sea cables y bocinas u ondas hertzianas, o inclusive archivos mp3 por Internet, es decir, se cumple con la especificidad del medio.

⁹ Este término lo rescate de algunas pláticas con personas en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, entre profesores, personal administrativo, doctores y maestros, con los que he discutido el tema, aunque aquí en el distrito federal le llaman "chavos", yo adapto el termino que usamos en el norte "muchachos".

¹⁰ "*Las radios internas no pueden ser consideradas como radios universitarias, por que su función son las practicas de los estudiantes. En este sentido, la radio es un medio de aprendizaje, técnico, pero no comunica nada a nadie*" **Javier Olmedo Badía** director de Difusión Cultural y Extensión universitaria de la UPN (19 de diciembre 2002), en entrevista en el artículo "*La radiodifusión universitaria y los circuitos cerrados en las instituciones de educación superior: una propuesta para la expresión de los estudiantes*" de **Pérez Rosas, Luis David**. En Sociedad y Política libro editado por la FCPYS de la UNAM 2005 Pág. 161.

En ningún libro hasta el momento, de los de lectura obligada acerca de la radio en México¹¹ se ha tocado el tema de estas expresiones radiofónicas en México y considero que es importante debido a que estos intentos de radiodifusión son los que nutren el espectro de la participación estudiantil, en un primer plano, pero que pueden llegar a generar, tentativamente, proyectos de comunicación que salgan de las aulas y los pasillos de las facultades y se establezcan en el principal uso de la radio, el uso de servicio social.

Para saber si es posible, si es que hay una estructura en estas radios a las que designaré *radios universitarias estudiantiles*, por cuestión de hacerlas visibles y diferenciarlas de las radio universitarias institucionales; es decir, estas radios son independientes del cuerpo institucional o del organigrama, con un proyecto establecido, con una producción autónoma, tanto de programas como de barra musical. Así como también independientes en el sentido de que son autorreguladas y propuestas desde dentro de la comunidad universitaria, por profesores y / o alumnos (en algunos casos apoyadas por los directivos)

Claro que es necesario acotar aquí, que estas radios “dependen” de las instituciones en espacio y permiso para operar y es posible que los tiempos de transmisión sean marcados por el calendario escolar y las horas en que la universidad se encuentra abierta, es decir, que están espacialmente ubicadas en el centro de estudios.

En el caso de haber radio universitaria oficial, sería interesante también ver en que casos no hay una comunicación y retroalimentación entre ambas radios ¹²(la

¹¹ “*La otra radio voces débiles, voces de esperanza*” y “*Ondas, canales y mensajes, Un perfil de la radio en México*” de **Cristina Romo**,” “*Los Perfiles del cuadrante*” **Rebeil, Corella María Antonieta**, “*La radio Mexicana centro y regiones*” **Fátima Fernández Christlieb**, por mencionar algunos.

¹² Ejemplo en el Distrito Federal es Radio Polacas que surge en la F. C. P. y S. y de la radio oficial de la UNAM.

formal y la estudiantil) y cuando sí la hay. En otras circunstancias serán estas radios la única opción disponible.

Estas radiodifusoras, son por lo general, clasificadas como *Propaladoras*¹³, es decir, radiodifusoras montadas con base en bocinas y cables con equipo de baja frecuencia, (amplificadores, mezcladora y micrófono) pero también existen otras que de manera improvisada, o a veces con la compra o manufactura de transmisores, empiezan a funcionar en FM ó AM muchas de las veces con rangos mínimos de 1 a 20 watt de potencia.

Las radiodifusoras universitarias estudiantiles, son quizás embriones de una propuesta de comunicación alternativa a gran escala, que pudiera llegar a más, o que simplemente pueden desaparecer tal como llegaron, o pueden ser esporádicas e intermitentes, o tal vez sólo sean producto del entusiasmo colectivo propio de la carrera de comunicación y del taller de radio.

Es por esta “duda razonable” que es necesario esclarecer, y hasta ahora en ningún estudio, se ha encargado de “echar un ojo” a esas “radios”, de abordar este fenómeno, que por ser algo usual en estos centros de estudio -como parte del paisaje frecuente de una ciudad se le olvida o se le excluye de la observación y sólo se le mira- únicamente se le toma como parte del decorado.

Al respecto de esto, dentro de las tesis investigadas en la UNAM, existían (al año 2006) 580 tesis¹⁴ que aparecían (en la búsqueda general de la base de datos virtual), con la palabra “Radio” de éstas sólo 26 son las que estudian radio universitaria, de las cuales 10 tesis son sobre Radio UNAM (algunas sobre arquitectura) y las restantes, estudian barras programáticas de radios

¹³ **Bouissa Alfredo, Curuchet Eduardo, y Orcajo Oscar**, “*Las Otras Radios*” Editorial Nordan-Comunidad, 1998, <http://www.lateja.org.uy/elpuente/lasotrasradios/otrasnombres.html> 2004

¹⁴ Dirección General de Bibliotecas, “Tesiunam” Ver: <http://www.dgbiblio.unam.mx/tesiseunam.html> 2005

universitarias del país (estudios de un caso, máximo dos), programas ó noticieros, pero los más próximos a este estudio son algunos que plantean una propuesta de armar una radio experimental en la ENEP Acatlán y ENEP Aragón. La única tesis que pude encontrar cercana a este estudio en particular, fue una que tomaba el estudio de caso de radio Ibero¹⁵.

En el catalogo del CONEICC (Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación) aparecen 15 resultados en 12,910 registros, sobre radio universitaria de los cuales la mayoría son también estudios de caso o de las programaciones (contenido), uno en particular de radios universitaria en una tesis de maestría del Tecnológico de Monterrey, (ITESM) campus Monterrey, sobre la radio del Campus Estado de México UDEM¹⁶.

En el medio académico hasta el 2001¹⁷ encontramos que los estudios sobre radio apenas llegan a 82, de los cuales en su mayor parte son sobre: estudios de audiencias, históricos, sobre programas en particular, pasando por los de radio e Internet, legislación de la radio, radio indigenista y publica, unos cuantos sobre radio universitaria y unos pocos sobre radios alternativas, de ahí sólo 13 son de postgrado.

En cuanto a la **comunicación alternativa**, actualmente los principales estudios se llevan acabo en América Latina (Colombia, Argentina, Brasil, Venezuela, El Salvador, etc.) y España, (artículos en revistas electrónicas en su mayoría, y muy de lleno en la investigación del periodismo cibernético en la Universidad Complutense de Madrid- José Manuel de Pablos-, Universidad de Sevilla –Ramón Raig-, Universidad de Málaga- ésta sobre radio alternativa con Manuel Chaparro-)

¹⁵ **Gómez, Ortiz María Gabriela** “Radio Comunitaria una expresión de la comunicación alternativa, el caso de radio Ibero” ver: <http://www.dgbiblio.unam.mx/tesiseunam.html> 2005

¹⁶ **Cotera, Correa, Gerardo** “Radio UDEM: Una emisora universitaria experimental comprometida con su comunidad”. CCDOC ITESO <http://148.201.94.8/ccdoc/> 2005

¹⁷ **Fuentes Navarro Raúl**, “La investigación académica sobre comunicación en México, sistematización documental 1995-2001”. ITESO Guadalajara Jalisco, México, 2003 530 pp.

en particular los estudios se enfocan en los nuevos usos que hay que darle a los medios ante la globalización, sobre todo a la Internet.

Por cierto, la Universidad INNCA¹⁸ de Colombia ofrece una cátedra que busca formar *Comunicadores Sociales Institucionales alternativos y populares*.¹⁹ Así mismo encontramos un programa de materias de teorías de la comunicación en el Instituto superior de formación docente y técnica #8 en Argentina, encaminado a la comunicación alternativa y otros enfoques latinoamericanos²⁰, al igual que la Universidad central de Ecuador en su programa de licenciatura²¹. Rosa Maria Alfaro en Perú tiene trabajos sobre la comunicación y la participación ciudadana, vinculados con la comunicación popular²².

En España, el Dr. Mariano Cebrián Herreros, quien vino a México a dar una conferencia con el nombre de "*Globalidad comunicativa de la solidaridad y defensa del ciudadano frente a los poderes mediáticos*" al Congreso Iberoamericano de Comunicación Alternativa, en Campeche, en agosto de 2002 es de los principales promotores de los estudios de la comunicación alternativa, estos desde la perspectiva de la globalización y el uso del Internet como herramienta de la comunicación alternativa.

La importancia del estudio de este tipo de fenómenos comunicativos como lo son las radios universitarias estudiantiles, y de las manifestaciones y el uso de la radio para la comunicación alternativa en el mundo, nos permiten ver desde otra

¹⁸"UNINCCA" Como voz o sigla de la fundación "UNIVERSIDAD INCCA DE COLOMBIA", tiene el significado siguiente UN por Universidad INCCA como parte constitutiva del nombre propio de la fundación, integrado y compuesto por cinco conceptos básicos que corresponden a sus iniciales así: I De integración, N De Nivelación, C De Comunicabilidad, C De Comunicación, A De Aceleración. ver: <http://www.unincca.edu.co> 2005

¹⁹ Universidad INCCA de Colombia ver: http://www.unincca.edu.co/c_social.htm 2005

²⁰ ISER ver: www.perio.unlp.edu.ar/extension/iser/Programa%20ISER%202005%5B1%5D.doc 2005

²¹ UCE ver: http://www.ucentral.edu.ec/facultades/comunicacion1/comunica_pensum.html 2005

²² **Rosa Maria Alfaro** propone lo comunicativo como una dimensión básica de la vida y de las relaciones humana, sociales y culturales. Para ella la comunicación popular no es solamente un problema de técnicas de comunicación ni siquiera de conceptos de producción sino de conocimiento de las lógicas comunicacionales de los sectores a los que se tiene que atender, no es un problema de volver sencillo un mensaje, es un problema de buscar la cultura, los modos de aprender y de encontrar incluso las verdades o las informaciones que la gente requiere. Ver: <http://www.comminit.com/la/pioneros/lapioneros/pioneros-27.html> 2005

perspectiva el proceso de la comunicación, una comunicación democrática, diferente, plural, incluyente. Como lo plantea **Jesús de Martín Barbero**:

La radiodifusión universitaria en América Latina es la expresión de un país, o la escapatoria modernizante a su torpe y trágica forma de no estar comunicado con su sociedad (...) Urge incluir en la radio a los otros actores que los medios no dejan entrar (...) la universidad debe asumir como tarea propia pensar en alternativas que agregue un nuevo imaginario social, cultural y político al mercado de la comunicación²³.

Otra ventaja, al ser este un estudio regional de la parte noreste del país es doblemente importante ya que nos ilustrara sobre las condiciones que imperan en otras latitudes y otros centros metropolitanos de relevancia en la Republica, descentralizando la visión de las investigaciones que mantienen su mira únicamente en la capital y la zona sur del país.

Además de que los estudios sobre radio, por ejemplo, en la Asociación Mexicana de investigadores de comunicación (AMIC), *“son inferiores a los que se hacen con respecto a otros medios, ya que estos representan el 3% ó 5% del total de los estudios e investigaciones en general”²⁴* y es necesario continuar investigando este medio, que ha mantenido su presencia en México y que está a punto de entrar a la coyuntura de la brecha digital (cambio de sistema análogo de transmisión al digital que posibilitara un mayor numero de espacios en el espectro) y del debate de la propuesta de una nueva ley de radio y televisión en México, discutiéndose mientras esta investigación se realiza.

Las radios universitarias estudiantiles, deben ser abordadas, registradas y evidenciadas, y nunca más nunca obviadas, porque éstos son en si, propuestas ciudadanas de actores de la sociedad que desean transmitir la cultura de manera

²³ *“Radio Universitaria, lejos de la sociedad”* entrevista a **Jesús Martín Barbero** por **Eric Estrada a./ Laura Durán** en la revista Zócalo Numero 63 Mayo 2005 año V. Pág.46

²⁴ Comentario del **Dr. Vicente Castellanos Cerda**, presidente en turno de la AMIC, en la conferencia *“La evolución de la radio y su estudio en México”* dentro del seminario de comunicación *“radio/actividad”* jueves 7 de abril 2005

diferente a como se les ha “vendido” en los medios, o resemantizada, de aquí tomamos de **Claudia Bayona**:

el concepto cultura, que acoge en forma globalizante la realidad que se constituye en los individuos miembros de una sociedad históricamente determinada y determinante, (que) designa la totalidad de los modos de vida de un grupo social”... modos de vida que se reconocen validos porque renuevan y amplían substancialmente los supuestos básicos del abordaje cultural de las comunicaciones²⁵

De este modo, los estudiantes podrían ser quienes con sus conocimientos y proyectos comunicativos democráticos, pudiesen aportar a la sociedad un esfuerzo coherente de comunicación alternativa. Tema de relevancia siempre, pues la imperante injusticia en el manejo de los espacios del cuadrante radioeléctrico sigue siendo desigual en detrimento de los individuos y a favor de las corporaciones.

Además en un país como México, el cual, en su constitución política establece que somos una democracia, parece no serlo así en su actuar, más notorio es en los medios de comunicación, lugar en donde la ley, en vez de estar al servicio del pueblo parece estar al servicio de los intereses económicos de los oligopolios y de la auto propaganda estatal, perpetuando así, una condición de desigualdad, de homofonía en los canales destinados al servicio del público, donde las condiciones reinantes son productos y no propuestas radiofónicas en un desembocado afán de mercadeo, un desinterés por la cultural popular, y en una exacerbación de los productos manufacturados y podríamos decir clonados indiscriminadamente, para concretar metas de venta y no fines sociales. *“La mayoría de los medios están siendo ventrílocuos de la voz de su amo”*²⁶

²⁵ **Bayona, Claudia** en “*Reseña General*” del libro “*Radio y Democracia en America Latina*” IPAL 1989 Pág. 18

²⁶ “*Radio Universitaria, lejos de la sociedad*” entrevista a **Jesús Martín Barbero** por **Eric Estrada a./ Laura Durán** en la revista Zócalo Numero 63 Mayo 2005 año V. Pág.46

Tampoco caeremos en la ilusión de que la radio universitaria estudiantil, o las radios alternativas en general (comunitarias, indígenas, campesinas, libres etc.) serán la mágica salvación de la sociedad y de su decadencia, aquí nos pondríamos del lado de **Armand Mattelart**. “(...) Adelantamos esto pronunciándonos en contra de toda ilusión que espere la transformación social de una comunicación salvadora, pero también en contra de toda mitología que hace engendrar una comunicación nueva”²⁷. En esta investigación planteamos simplemente que se podrá dar la plena satisfacción de las libertades que le otorga la constitución a los individuos en México y la total satisfacción de sus derechos humanos como ciudadanos del mundo: el uso y la distribución democrática de las ondas. Por que podemos encontrar en este “gobierno del cambio” que entrará en el año 2000 libertad de expresión más no una equidad en la distribución de espacios y medios de expresión.

Es por eso, que al surgir de la inquietud de los individuos -en este caso los estudiantes- el fenómeno radiofónico alternativo es de relevancia y merece investigarse, pues es ahí, - en el receptor-emisor- donde podremos encontrar la clave para descubrir y trazar los futuros planes de comunicación, creados, a partir de las necesidades específicas de cada región y basados en una integridad nacional, como respuesta y como necesidad apremiante, ante un bombardeo indiscriminado de la medios que buscan la homogeneidad en miras a una globalidad mal trazada, que oprime con la intolerancia, y que en México debido a una tenue y tergiversada legislación, permite que los intereses de las minorías comerciales, socaven las necesidades comunicativas de la sociedad, “*La creación de una alternativa de comunicación está más vinculada que nunca, a la producción de nuevas relaciones sociales.*”²⁸.

²⁷ **Mattelart, Armand y Piemme, Jean** “*La televisión Alternativa*” Editorial Anagrama 1981, Pág.126

²⁸ ídem

Comunicación alternativa: voz de la gente que busca apropiarse de un espacio y crear medios que permitan su integración como comunidad, además de la pluralidad y eficacia que la democracia pide para la construcción de una nación equitativa y plena, donde los medios de comunicación sean balanceados, plurales y democráticos, no hablamos de una radical desaparición del medio comercial sino a un balance sano entre este y los medios constituidos con base a las necesidades de la comunidad donde surgen, desde las entrañas de la sociedad como plantea **Diego Portales**:

(...)El medio de comunicación de masas se transforma aquí en un factor de apoyo a los procesos de comunicación horizontal tratando los temas que interesan más a los grupos sociales organizados que a los individuos aislados. Por otro parte la comunicación horizontal no entra en competencia con el tiempo dedicado al medio "vertical", sino que penetra también el quehacer del medio de comunicación²⁹.

De esta manera, se podría cumplir la sentencia "profética" de **Berlot Brecht**:

La radio sería el más fabuloso aparato de comunicación imaginable de la vida pública, un sistema de canalización fantástico, es decir, lo sería si supiera no solamente transmitir, sino también recibir, por tanto, no solamente hacer oír al radioescucha, sino también hacerle hablar, y no aislarle sino ponerse en comunicación con él. La radiodifusión deberá en consecuencia apartarse de quienes la abastecen y constituir a los radioyentes en abastecedores³⁰

1.2 La Comunicación Alternativa

Antes de hablar de comunicación alternativa, lo primordial es definir que entendemos por comunicación: el proceso de transmisión de mensajes de un

²⁹ **Portales Diego**, "Perspectivas de la comunicación alternativa en América Latina" en: Simpson, Máximo (comp.) "Comunicación alternativa y cambio social" Editorial la red de Jonás Pág.94

³⁰ **Berlot Brecht** citado por **Armand Mattelart** en "Comunicación Mundo, historia de las ideas y las estrategias" Págs 101-102. Editorial siglo XXI

individuo hacia otro ser, o seres (iguales o diferentes) o hacia el mismo realizado a través de múltiples medios, canales y códigos.

En este proceso puede o no existir la retroalimentación, o *feedback*, es decir, que el mensaje o mensajes sean correspondidos por una respuesta similar por parte del actor al cual le fue enviado en primera instancia (lo deseable es que se cumpla este ciclo de emisor- mensaje- receptor- *feedback*), de no ser así, sería un monólogo unidireccional y no un proceso comunicativo.

Entonces que sería ¿la comunicación alternativa?, es importante no caer en un error común: No nos referimos al hecho de que exista otra forma de comunicación, la comunicación tácitamente es comunicación “ a secas”, el acto, el proceso, lo que es necesario acotar, es que, lo que se designa como comunicación alternativa es: La comunicación que surge como respuesta u opción a la comunicación predominante, que en este caso nos referimos a la que fluye por los medios masivos como: la televisión, el cine, el periódico, la Internet, y en este estudio en particular la radio.

Algo que hay que apuntalar, es que el término de “comunicación” ha sufrido de una simbiosis con los medios de comunicación masiva, es decir, no se hace distinción del proceso de comunicación y de la comunicación transmitida masivamente por medios electrónicos y escritos, es por eso, que el empleo que se le da al término comunicación, es el de un prefijo para designar el tipo de uso al que se asigna, por ejemplo: comunicación organizacional, comunicación popular, comunicación social, y por supuesto también se le empleó para designar la comunicación alternativa, la cual, va emparentada con los medios masivos.

Lo que se busca precisamente es esta alternatividad de medios públicos y / o privados, con medios socialmente establecidos. Una balanza equilibrada de oportunidades de transmisión alternas a las existentes.

Hay que acotar que esta situación de control unidireccional de los medios y de lo que se comunica no es exclusivo de sociedades latinoamericanas o de México, es un problema que existe en casi todo el orbe, donde siempre hay un grupo que controla los medios y lo que se transmite a través de ellos, el proceso masivo de comunicación, y es ahí donde entra la coyuntura entre sociedad y grupos con el poder simbólico comunicativo ya sean de orden privado (como México con Televisa y Brasil con grupo Globo) o Estatal - Público (por ejemplo la RAI en Italia, BBC en Inglaterra, etc.) y por supuesto, las restricciones legales que se emplean para conseguirlo.

Es decir, la comunicación alternativa es *alternativa* a la forma de comunicar (y lo que se comunica) por diversos medios o canales³¹, tanto electrónicos como escritos, de forma vertical o autoritaria³², por una forma más horizontal de comunicación.³³

En la comunicación alternativa se busca que se cumpla con el ciclo de la comunicación (emisor-mensaje-receptor-feedback) y que ésta sea planteada desde los actores de la sociedad, y no sólo por una cúpula o élite que dramatiza sobre sus criterios la realidad, y agenda los acontecimientos conforme sus intereses como grupo y como medio comercial y o político de comunicación.

³¹Una opción para esquematizarlos la ofrece: **Rivadeneira Prada, Raúl**, “*La opinión pública, análisis, estructura y métodos para su estudio*” Editorial Trillas, 2000. Pág. 59-60 y son: 1. *Canales naturales: púlpito, asamblea, sindicato, club, etc.* 2. *Formas microgrupales de comunicación: aula, seminario, etc.* 3. *Vehículos para la transformación de grupos imaginarios en grupos reales: amas de casa, estudiantes, radioescuchas, etc.* 4. *Canales Artificiales de comunicación: medios impresos, audiovisuales, auditivos, etc.* 5. *Canales culturales: Teatro, títeres, recitales de música, poesía, arte, etc.* 6. *Canales populares de expresión: Murales, hojas mimeografiadas, artesanía, etc.* 7. *Posibilidades de comunicación multimedia.*

³² Entendiendo autoritaria como impositiva, que plantea su forma de comunicarse y lo que comunica así como su visión hacia los demás actores comunicacionales, sin una retroalimentación equilibrada.

³³ Horizontal entendido aquí como: el empleo de medios de comunicación electrónicos, escritos y tradicionales, por individuos ajenos a las cúpulas comerciales y políticas del poder, las que mantienen un control o una posesión de los medios masivos(electrónicos principalmente), en un lugar determinado. Planteando una forma distinta de hacerlo, más democrática y plural. Transmitir mensajes y una agenda más cercana a los intereses de los grupos de individuos de una comunidad, población o sociedad, sin un interés comercial, basados en una lógica social y comunitaria del uso del medio y no en una lógica comercial.

El concepto de comunicación alternativa se ha venido utilizando desde hace mucho tiempo, especialmente en la década de los setenta y más ampliamente en los ochenta y aún hoy día, el término sigue siendo empleado (con otros nombres pero iguales en esencia), en referencia a estos intentos de darle un uso alternativo a los medios, así como una agenda distinta a la que los medios comunican y que generalmente están en manos de un monopolio de Estado o comercial o una combinación de ambos, es menester *“situarse en el momento actual de cambios acelerados en todos los procesos de la comunicación”*.³⁴ Porque es un fenómeno que se expande de manera vertiginosa.

Este concepto ha sido delimitado de muy distintas formas, y desde múltiples perspectivas, como en el plano de la educación mediática, la participación ciudadana, la democracia de los medios, el rescate y difusión de las culturas locales y / o autóctonas y los estudios sobre la inequidad de los flujos de información internacional. Como comenta **Robert White** *“El análisis de la reorganización de los patrones de comunicación dentro de los movimientos populares que han buscado una profunda redistribución del poder social”*³⁵.

La Comunicación Alternativa es entendida como el proceso comunicativo que difiere del manejo convencional de los medios de información existentes (ya bien sean comerciales, y /o estatales), y más puntualmente del manejo de sus contenidos. Proponiendo con un plan claro y a veces sin él, una forma distinta y opuesta a la oferta existente y el establecimiento de agendas diferentes; *“Surge como expresión de un proyecto histórico de cambio y plantea un quiebre con el*

³⁴ **Cebrián Herreros, Mariano** *“Globalidad comunicativa de la solidaridad y defensa del ciudadano frente a los poderes mediáticos”*, en revista de comunicación latina enero – febrero 2003 año 6, numero 53 ver: <http://www.comminit.com/la/tendencias/lact/tendencias-20.html> 2004

³⁵ **White, Robert** citado por **Bayona, Claudia** en *“Reseña General”* del libro *“Radio y Democracia en América Latina”* IPAL 1989 Pág. 31

concepto de comunicación lineal y vertical que se venía manejando desde el funcionalismo³⁶.”

Es decir, en oposición al flujo indiscriminado de la información transnacional, de los países desarrollados, hacia los países periféricos, la comunicación alternativa *“ubica a todas las formas de comunicación que emergen como respuesta al sistema dominante³⁷”*.

Este tema toma relieve internacional en la sesión de 1970 de la **UNESCO**, donde se planteó la existencia de un flujo desigual de la información y la búsqueda de los países menos desarrollados por equilibrar esta situación y una preocupación por preservar su derecho a la identidad cultural³⁸. De donde podemos observar una homogenización de los contenidos y de las prácticas comunicacionales, donde asistimos como dice Jesús de Martín Barbero asistimos a *“...la constitución de un sólo público. Un modelo que tiende a la unificación de la demanda mediante un imaginario de consumo que ya no es nacional sino explícita y descaradamente transnacional³⁹”*.

Otra definición de comunicación alternativa es la de *Mariano Cebrián Herreros* dice que:

se concibe la comunicación alternativa como algo diferente a la predominante controlada por los grandes poderes mediáticos. Pero no debemos quedarnos en una concepción negativa, sino que hay que pasar a la concepción positiva, darle contenido propio de cómo se quiere configurar la nueva comunicación. Es rechazo a lo predominante, pero también propuesta de lo que se quiere.⁴⁰

³⁶ **Emanuelli, Paulina** “Investigación de la comunicación en Argentina - Reflexiones sobre la investigación crítica” Revista de Comunicación Social La Laguna (Tenerife) Noviembre de 1999 - número 23 referencia <http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos/2/16paulina.html> 2005

³⁷ **Reyes Matta, Fernando** citado por **Gómez Ortiz, María Gabriela** “Radio comunitaria, una expresión de la comunicación alternativa, el caso de radio Ibero” Tesis Clasificación núm.: 001 00424 610-2000-3

³⁸ **Mac Bride, Sean** “Un sólo mundo voces múltiples” FCE 1980, Pág. 61.

³⁹ **Barbero, Jesús Martín** “El oficio del cartógrafo travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura” FCE, Chile 2002. Pág.195

⁴⁰ **Cebrián Herreros, Mariano** “Globalidad comunicativa de la solidaridad y defensa del ciudadano frente a los poderes mediáticos”, en revista de comunicación latina enero – febrero 2003 año 6, numero 53 ver: <http://www.comminit.com/la/tendencias/lact/tendencias-20.html> 2004

Es decir que la comunicación alternativa, pretende tener eso, una alternancia no con miras a suplir o desaparecer a los medios comerciales y / o Estatales, (por que dejaría de ser alternativa, al ser única) sino propuestas de práctica y uso alternativo que permita equilibrar la balanza a favor de las propuestas sociales que surgen en diversos ámbitos y contextos, con diferentes matices, pero una necesidad en común: la de comunicar las ideas a través de un medio como instrumento de comunicación.

Es de este modo, que el concepto de comunicación alternativa, se puede plantear como una respuesta de los individuos, o grupos sociales e instituciones públicas (como las universidades, asociaciones civiles, grupos de ciudadanos), en una comunidad dada, o mejor dicho como propuesta, en contra de medios unidireccionales y dominantes, que no satisfacen las necesidades de comunicación que permitan una participación democrática de estos medios, *“donde haya diálogo, una comunicación horizontal, de doble vía, participativa, al servicio de las mayorías...los hombres y los pueblos se niegan a seguir siendo receptores pasivos...sienten la necesidad y exigen el derecho a participar de ser actores, protagonistas⁴¹”*, esto sería comunicación alternativa.

Debemos tomar en cuenta que existe una cultura de masas lideradas por los medios y una cultura popular que es transmitida socialmente, y que ningún individuo vive sin una de estas, o con una sola de estas, hay una interacción entre ambas y los individuos socializan con ambas representaciones, sólo que una tiene un acceso masivo inmediato y la otra un acceso cultural limitado al entorno inmediato de interacción y es ahí donde la comunicación alternativa permitiría una balanza mas equilibrada que permita al conocimiento cultural- popular acceder a

⁴¹ **Kaplun, Mario**, *“El comunicador popular”* Editorial Lumen 1987 Pág. 67

los mecanismos masivos de transmisión en beneficio del imaginario popular colectivo.

Como nos señala **Claudio Aguirre Bianchi**:

Alternativos son los medios o sistemas de comunicación que incorporan nuevos actores, nuevas voces, al diálogo colectivo (o polílogo) que ocurre en la sociedad. El polílogo se expande y la sociedad tiende a hacerse más compleja, pluralista y democrática...la alternatividad se construye en el proceso de objetivación social de los nuevos protagonistas...la instancia fundante de la alternatividad en un medio o sistema de comunicación, es la movilización social⁴².

Podríamos plantear la práctica de la comunicación alternativa, como un remedio casero socialmente democrático y auto-generado, frente al “empacho⁴³” de inequidad y de olvido hacia estos sectores de la sociedad, de parte de los medios de comunicación establecidos, al sólo cubrir algunos intereses muy generales, o dirigidos a “*target*” específicamente definidos por su poder económico o de compra, y en los medios Estatales, serían los públicos que consumen la cultura de élite o alta cultura, los “intelectuales”, que podrían significar una fuente de crítica al sistema de no ser satisfechos, aunque otro factor podría ser simplemente que quienes plantean las programaciones “culturales” lo hacen de manera parcial, basados en sus propios conceptos y parámetros de los que es cultura y lo que no, bajo el prejuicio de la “alta cultura”.

En la comunicación alternativa dice **Paulina Emanuelli** que:

El concepto clave es que los sujetos se intercomunican. Ya no hay emisores y receptores, sino sujetos constituidos históricamente que se relacionan en un intercambio que constituye un proceso dialogal donde ambos interactúan, debaten, se forman en conjunto, en una comunicación horizontal, democrática no autoritaria⁴⁴.

⁴² **Aguirre, Bianchi Claudio**, “Sobre la autoconciencia y la comunicación alternativa en un proceso de transición” en **Simpson, Máximo** (comp.) “Comunicación alternativa y cambio social” Editorial La red de Jonás 1986, Pág. 137

⁴³ Diccionario Conciso Larousse edición 2004: Causar indigestión o saciedad.

⁴⁴ **Emanuelli, Paulina** “Investigación de la comunicación en Argentina - Reflexiones sobre la investigación crítica” Revista de Comunicación Social La Laguna (Tenerife) Noviembre de 1999 - número 23 referencia <http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos/2/16paulina.html> 2004

Es la comunicación que fluye entre los individuos de una comunidad o un grupo social y que genera consenso y es respetuosa, no unidireccional, burocrática o tiránica, no de un jefe a su subalterno o del sabio al analfabeta, sino de sujeto a sujeto, de humano a humano, de ciudadano a ciudadano.

Los principales planteamientos teóricos, con respecto a la comunicación alternativa que aparecen en la década de los setentas y ochentas como respuesta a la estructura transnacional que manejaba **Máximo Simpson Grinberg**:

la comunicación alternativa surge como respuesta a la mencionada modalidad transnacional y al carácter intrínsecamente unidireccional y autoritario de los medios masivos, cuya estructura tecnológica constituiría – según las posiciones más extremas- un obstáculo insoslayable para su incorporación a procesos democráticos y participativos⁴⁵.

En esta postura se plantea que por la posesión de estos medios y de los recursos financieros para generar y para adquirir la tecnología necesaria para el desarrollo de los medios de comunicación, es que existe esta dominación comunicativa y que mientras ésta no se supere todo continuara igual y la democracia comunicacional no podrá existir.

En otra posición derivada de la anterior, se sostiene “*Que este carácter antidemocrático no es inherente al factor tecnológico sino que deriva de su posesión monopólica por parte de las clases dominantes y de su racionalidad mercantil (...) el modelo comunicacional mismo⁴⁶.*”

Como podemos ver, los propietarios de los medios controlan el proceso de información, debido a que poseen los recursos tecnológicos para hacerlo, en el caso de la radio -continuando con el caso de México-, el oligopolio de las

⁴⁵ **Simpson, Máximo** (comp.) “*Comunicación alternativa y cambio social*” Editorial La red de Jonás 1986, Pág. 32-33.

⁴⁶ *ídem*

frecuencias en AM y FM además de la tecnología y los recursos materiales para poder operarlos con base a las normas establecidas en las legislaciones locales como la mexicana -la cual es muy restrictiva al respecto⁴⁷- en un ejemplo claro del empleo de la ley en detrimento de la sociedad civil y a favor de los grupos mercantilistas y económicamente poderosos, es el uso de la Norma Oficial Mexicana (NOM) en perjuicio de los que se atreven a pedir un permiso, norma que sirvió de excusa para negarles permisos o tramites de permisos a varias radiodifusoras comunitarias, por no contar con transmisores que cubrieran la norma oficial (que fue pensada para concesionarios) puesto que estas comunidades marginales y sin recursos financieros suficientes crearon sus propios transmisores para comenzar a funcionar⁴⁸.

Pero esta limitante (la legal -tecnológica) no impide que la sociedad se organice, y los grupos humanos conciban los medios de comunicación y su realización con escasos recursos, además la misma tecnología y su posterior abaratamiento por sobreproducción en el mercado, -como la computadora, o los componentes electrónicos y plantillas necesarios para construir un transmisor- permite tanto bajar los costos de la producción, de equipamiento y de transmisión, (como por ejemplo una radio por Internet), o también el ingenio presente en muchas ocasiones apreciable en algunos casos como los de las radio propaladoras que con el uso de bocinas y cables suplirían la desventaja tecnológica de transmitir por ondas hertzianas, la creatividad sobrepasa a las brechas tecnológicas y los movimientos sociales sobrepasan las trabas legales de los grupos en el poder. (Radios comunitarias, ONG, periódicos y revistas contraculturales, etc.)

⁴⁷ Algunos de los requisitos de operación para un permiso de radio son muchos aspectos dentro de las exigencias que son excesivos sobre todo para algún radioaficionado o grupo comunitario que desee tener una radiodifusora, como tener un whatometro, hacer un estudio de suelo, tener 2 transmisores extras, entre otras cosas. Esto a diciembre de 2004 Ver: Norma Oficial Mexicana NOM-02-SCT1-93.

⁴⁸ **Calleja, Aleida, Solís Beatriz**, "Con Permiso La radio comunitaria en México", AMARC MÉXICO, AMEDI, CMDPDH, Fundación Friedrich Ebert-México, 2005. Pág. 94

Podemos decir que en el uso alternativo de los medios, en la práctica de la comunicación alternativa⁴⁹, se puede ver la coyuntura del modelo comunicacional, es ahí donde surge y se desarrolla, no con miras a derrocar el poder transnacional, sino de servir a la comunidad y plantear alternativas de información y comunicación diferentes, es decir, no se trata de desaparecer los medios comerciales, sino generar un contrapeso, a la desbalanceada situación que se vive en torno a los medios masivos de comunicación y la agenda informativa planteada por estos como plantea **Diego Portales**:

(...) la comunicación alternativa es capaz de superar el cerco ideológico que le imponen el predominio transnacional a condición que cumpla los siguientes requisitos: primero que sea capaz de articular los flujos de comunicación horizontal y vertical; y segundo, que logre articular las formas de producción artesanal e industrial⁵⁰

Aquí podremos distinguir lo artesanal, con el contacto cultural inmediato del medio productor con el público generador de cultura y de significados y lo industrial podría trasladarse a los métodos y exigencias técnicas, así como algunos formatos que permitan la aplicación del lenguaje del medio a la riqueza cultural del imaginario colectivo, y los flujos serán, el conocimiento adquirido por unos pocos y el empleo de éste para la creación, generación y democratización del medio, de aquellos que tienen el conocimiento para con aquellos que no saben construir o articular un medio masivo de comunicación. ,

Al fusionar ambos, tendríamos una comunicación alternativa efectiva en todos aspectos. Lo que podríamos tal vez criticar y mejorar, serían los formatos empleados y el esquema como se presenta la información y el sentido de la realidad en los medios (la agenda y los formatos) “industriales”, para acoplar “los

⁴⁹ Es necesario acotar que podemos hablar y hay que distinguir que existen en la comunicación a) Medios alternativos b) mensajes alternativos c) Uso de medios alternativos con fines de tipo predominantes (comerciales o estatales-unidireccionales) d) Uso de medios (predominantes) comerciales o estatales con mensajes alternativos. Hay medios y usos alternativos y una conjunción de ambas cosas es lo preferible.

⁵⁰**Portales Diego**, “*Perspectivas de la comunicación alternativa en América Latina*” en: **Simpson, Máximo** (comp.)“*Comunicación alternativa y cambio social*” Editorial la red de Jonás Pág.94

tiempos artesanales” de la comunidad a la que se dirige, permitiendo una integración y un planteamiento temático planificado desde la perspectiva cultural-popular, como la oralidad de los pueblos y no con la temporalidad del negocio, la temporalidad comercial que impera en la creación mediática.

Es decir, cumplir con la especificidad del medio y de la comunidad, su forma de concebirse, su lenguaje y sus formas de producción y a la vez poder crear y presentar información y generar programas y contenidos alternativos y cercanos a la sociedad, no continuar con los patrones convencionales, sino generar nuevas propuestas, saber usar los medios, como instrumento y no simplemente como medio de transmisión unidireccional, darle vida artesanal, con la calidad industrial, como diría Armand Mattelart:

Así pues una práctica alternativa de la comunicación tiene la tarea de realizar la dialéctica de lo particular y de lo universal garantizando al mismo tiempo la presencia y el debate de los diferentes grupos o movimientos en cuestión. Unir estos eslabones entre sí es el único camino para concretar la cadena de sentido entre lo que afecta a cada cual y lo que afecta a todos⁵¹”

Es decir, alternativo es oportunidad para todos los actores y todos los puntos de vista en una franca y democrática pluralidad de ideas y de expresiones de cualquier índole, alternatividad para cualquier posición ideológica o de pensamiento.

Replantear el medio y sus mensajes, motivado por el imaginario popular colectivo donde los individuos organizan su vida, tanto en los espacios físicos como mentales, orales y virtuales, retomar la batuta de la generación simbólica del sentido, y procrear medios alternativos que transmitan este sentir y este pensar a través de los canales, técnicas y los códigos necesarios, para balancear la oferta actual existente, donde lo comercial ha planteado su imaginario y lo ha distribuido hasta querer amalgamarlo al precepto de “opinión pública” y “gusto popular”, o “dominio público”.

⁵¹ **Mattelart, Armand y Piemme, Jean** “La televisión Alternativa” Editorial Anagrama 1981, Pág. 120

La comunicación alternativa participativa⁵² y los movimientos populares basados en las propuestas ciudadanas, son el futuro y la forma en como la sociedad genera y rescata su cultura, y transforma su entorno mediático, la misma sociedad que participa en la creación y recreación simbólica, guiándonos de las palabras de Gramsci: "el consentimiento, prestigio y confianza social depositados en los sectores dirigentes de una sociedad, encarnados por los sectores populares"⁵³. Estos "mediadores socioculturales"⁵⁴ tanto tradicionales como nuevos y por surgir (la escuela, la familia, el barrio, movimientos étnicos y de género, grupos ecologistas, comunidades de Internet, etc.), son los que permitirán y desarrollarán las formas y los modos distintos de percibir y de representar lo social, lo cultural y lo masivo, a través, -deseamos- de la visión del imaginario colectivo, de los sectores sociales y culturales y ya no únicamente comerciales como hasta ahora se ha gestado en su mayoría.

Resumiendo:

La comunicación alternativa en este estudio la entenderemos de la siguiente manera:

- En los medios de información y en las relaciones sociales de diversos tipos⁵⁵ es una manera de comunicarse contraria a la dominante.

⁵² La comunicación participativa en concepto será aquella que promueve el dialogo en forma equitativa, el emisor activo de la sociedad que se acerca a los medios existentes y a los actores que en ella participan, proporcionando su propia visión de acontecimientos y situaciones. Esta definición la he creado a partir del intercambio de opiniones con expositores españoles, argentinos, chilenos y mexicanos en la mesa de "Propuestas de comunicación alternativa en Internet" de la *V Bienal iberoamericana de la comunicación*, realizada del 20 al 23 de septiembre de 2005 en el Tecnológico de Monterrey, campus Estado de México.

⁵³ Dueña, Guzmán Maximiliano "Globalización y Comunicación Alternativa" referencia en: <http://www.wacc.org.uk/modules.php?name=News&file=article&sid=414> 2004

⁵⁴ Barbero Martín, Jesús "El oficio del cartógrafo travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura" FCE, Chile 2002. Pág.226.

⁵⁵ Por ejemplo: **institucional:** directivos-sociedad-individuos, **laboral:** patrón- subordinado, **familiar:** padre-hijos-madre-abuelos, **cultural:** comunidad-individuos-manifestaciones populares de toda índole, **instituciones sociales,** **política:** Estado-partidos-sociedad-individuos-gobernantes, etc.

Una comunicación plural, incluyente, participativa, multi-direccional, horizontal, con grados altos de retroalimentación con actores receptivos interactuantes.

El factor alternativo dependerá de cual de estas dos formas o la relativa combinación de ambas, sea la dominante, en cuyo caso sería esa la alternativa, al ser divergente o diferente de la que predomine o esté establecida, contraria o con sus diversos grados de apropiación y re-apropiación del paradigma que exista en el entorno comunicativo de una sociedad, o sus medios, es decir, se es alternativa a algo que ya está configurado en un ambiente dado.

- Actores sociales participativos, emisores-receptores interactuantes, que están en constante retroalimentación de forma Interactiva.
- Discurso alternativo, diferente al predominante con un canal o canales alternativos: Un medio pensado en uso y responsabilidad social, divergente al dominante, pensado socialmente, no elitista, que todos entiendan y participen, no excluyente.
- Una agenda alternativa: implementada con base a las prerrogativas de óptica social, cultural, comunitaria, educativa, científica, popular, etc., no restrictiva o discriminante, incluyente.

El carácter social, plural y democrático es inherente a la comunicación alternativa, sin embargo, cabe la posibilidad de que la alternatividad, entendida en un término más general, pueda y se represente también, en posturas contrarias a ésta: en el hipotético caso de que estas características democráticas, incluyentes y participativas fueran el factor dominante en la comunicación establecida en una sociedad dada y que los actores participantes desearán o quisieran una manifestación diferente que fuera autoritaria y unidireccional.

En cualquier caso, los extremos se dan, pero también existen diversos niveles de adaptación, de manifestación y producción y reproducción de esta alternatividad-dominancia, de medios, mensajes, agendas, actores y procesos de interacción.

Pero la naturaleza del medio alternativo ha sido creada y vista desde la perspectiva de la participación democrática, plural e incluyente, y por lo general en búsqueda del rescate de la diversidad cultural y de mensajes.

Marco Teórico:

La propuesta teórica de la comunicación alternativa como ya lo hemos visto, ha tenido adecuaciones a lo largo de los años, por el trabajo de los estudiosos e investigadores de la comunicación y de las manifestaciones sociales de sus actores.

Estas han pasado de las primeras posturas que surgen sobre los intentos de comunicación alternativa en Chile con el gobierno de Salvador Allende, pasando por los intentos de comunicación en contra del sistema imperialista por parte de los bloques socialistas y revolucionarios en Europa y Asia, hasta las propuestas de derechos humanos y libertad de comunicación, expresión e información y del uso de las nuevas tecnologías de la comunicación en el mundo y las teorías del desarrollo.

Estas visiones han evolucionado, se han fusionado y se han reapropiado por parte de otros investigadores, pasando por supuesto, por la postura de la UNESCO y del informe Mc Bride sobre el flujo desigual de la comunicación y la información, y las alternativas de solución de estas desigualdades. Hasta una moderna visión de los procesos de medios alternativos en comunidades de todo tipo (urbanas, indígenas, rurales, etc.) donde la visión de la alternatividad ya se plantea sobre la

premisa de los derechos humanos de la libertad de expresión, de comunicación y de información.

El común denominador en los estudios sobre la comunicación alternativa es el uso social de los medios y la participación de nuevos actores (sobre todo sociales, populares, indígenas, etc.) en los procesos de información y creación de medios electrónicos de comunicación a servicio de estos mismos y sus comunidades así como su implementación, esto por la búsqueda de una equidad en el espectro de los espacios radiofónicos de la comunicación predominante y la apertura de espacios de comunicación para las diversas posturas y voces, generalmente ignoradas por los medios dominantes en determinadas zonas. El hecho a remarcar es que aunque el apelativo “comunicación alternativa” no se ha empleado ya, o se le menciona de manera poco frecuente, o casi sin querer o con miedo “por no estar de moda”, los planteamientos de ésta siguen vigentes y se pueden discernir en las nuevas posturas, que con otros nombres hablan de lo mismo: “comunicación alternativa”.

Queremos aclarar que según **Máximo Simpson Gringber**⁵⁶: Existen dos tendencias predominantes de teorías sobre la comunicación alternativa:

- A) *La comunicación alternativa como respuesta a la estructura transnacional* y
- B) *Hegemonía de las vanguardias político-intelectuales*. (La Teoría de la vanguardia, más vinculada al papel histórico de estas elites para cumplir con su misión revolucionaria de dirigentes de las masas) La cual no compartimos, pero si la adaptamos en la postura de que hay personajes con la posesión del saber teórico y grupos con conocimiento prácticos (como los universitarios, los investigadores y los profesionales de la comunicación) que deben de ayudar a los actores sociales a crear sus propias alternativas comunicativas y no tanto a dirigir a las masas a la liberación revolucionaria.

⁵⁶ **Simpson, Máximo** (comp.)“*Comunicación alternativa y cambio social*” Editorial la red de Jonás Pág. 30-35

De estas dos posturas, hacemos adecuaciones basados en las modernas propuestas de la comunicación alternativa, más vinculadas a los derechos humanos y la participación en los medios y de la creación de medios de comunicación, en beneficio de sectores sociales, marginados tanto geográficamente como comunicativamente. No tanto ya como vanguardias vengadoras y liberadoras dadoras de progreso, desarrollo y modernidad.

De estos planteamientos, retomamos en la investigación las posturas de **Claudio Aguirre Bianchi**, en específico sus posturas con respecto a que :

Son alternativos los medios o sistemas de comunicación que incorporan nuevos actores, nuevas voces, al diálogo colectivo (o polílogo) que ocurre en la sociedad. El polílogo se expande y la sociedad tiende a hacerse más compleja, pluralista y democrática.

La alternatividad se construye en el proceso de objetivación social de los nuevos protagonistas

El proceso de recodificación es la base de la renovación del lenguaje social. La comunicación alternativa es siempre un proceso de subversión semiológica.

Quienes pugnan por la comunicación alternativa exigen en realidad la realización de su propio derecho a tener voz pública⁵⁷

A su vez tomamos de **Diego Portales** las posturas de que:

El medio de comunicación de masas se transforma aquí (en la comunicación alternativa) en un factor de apoyo a los procesos de comunicación horizontal tratando los temas que interesan más a los grupos sociales organizados que a los individuos aislados. Por otra parte, la comunicación "horizontal" no entra en competencia con el tiempo dedicado al medio "vertical", sino penetra también el quehacer del medio de comunicación⁵⁸.

En este punto la parte que deseamos retomar es "... la democratización de las comunicaciones como el concepto central de una comunicación alternativa(...)hacer que el derecho a la comunicación este garantizado para todos,

⁵⁷ **Aguirre, Bianchi Claudio**, "Sobre la autoconciencia y la comunicación alternativa en un proceso de transición" en **Simpson, Máximo** (comp.) "Comunicación alternativa y cambio social" Editorial La red de Jonás 1986, Pág. 137

⁵⁸ **Portales Diego**, "Perspectivas de la comunicación alternativa en América Latina" en: **Simpson, Máximo** (comp.) "Comunicación alternativa y cambio social" Editorial la red de Jonás Pág.94

que no sea el privilegio de una minoría, menos aún si ésta se constituye a raíz de un poder económico.” Es decir, la convivencia del medio alternativo dentro del esquema dominante, no su supresión, o su derrocamiento, o la caída de estas elites, sino la democratización de los espacios públicos de comunicación.

Sobre los planteamientos de un poder transnacional de la comunicación creado por compañías extranjeras transnacionales para legitimar su mercado, planteados por **Fernando Reyes Matta**⁵⁹: lo adaptamos al esquema de la comunicación de medios de México, es decir, que el flujo y la obtención de espacios para hacer medios de comunicación, está en manos de un mercado local donde unos cuantos tienen el control legitimado por una legislación excluyente y que denigra, minimiza e intenta evitar el acceso de sectores sociales a la obtención de frecuencias radioeléctricas en perjuicio de la sociedad civil, y en beneficio de los concesionarios. Además que la agenda de comunicación planteada en estos medios está determinada por el "rating" y no tanto por las necesidades de comunicación de la sociedad.

En esta parte se retoma una postura moderada de la convivencia entre los medios diferentes tanto comerciales, estatales y los alternativos (populares, rurales, indigenistas, universitarios, civiles, etc.), donde no se busca destruir medios sino crear oportunidades de participación y democratización, esto adaptado a lo que plantea **Mariano Cebrián Herreros**:

*se concibe la comunicación alternativa como algo diferente a la predominante controlada por los grandes poderes mediáticos. Pero no debemos quedarnos en una concepción negativa, sino que hay que pasar a la concepción positiva, darle contenido propio de cómo se quiere configurar la nueva comunicación. Es rechazo a lo predominante pero también propuesta de lo que se quiere*⁶⁰.

⁵⁹ “El modelo de comunicación creado por el sistema transnacional tiene como meta principal el incremento del mercado...Los ratings, se convierten en una terminante orientadora del quehacer comunicativo ” **Reyes Matta, Fernando** “La comunicación transnacional y la respuesta alternativa” en: **Simpson, Máximo** (comp.) “Comunicación alternativa y cambio social” Editorial la red de Jonás Pág. 116-117 “

⁶⁰ **Cebrián Herreros, Mariano** “Globalidad comunicativa de la solidaridad y defensa del ciudadano frente a los poderes mediáticos”, en revista de comunicación latina enero – febrero 2003 año 6, numero 53 ver: <http://www.comminit.com/la/tendencias/lact/tendencias-20.html> 2004

Pensando en la preocupación de preservar el derecho a la identidad que plantea **el informe Mc Bride**⁶¹, y la preocupación de **Martín Barbero**⁶² por la constitución de un sólo público. “*Un modelo que tiende a la unificación de la demanda mediante un imaginario de consumo que ya no es nacional sino explícita y descaradamente transnacional.*” Aplicada como en el caso anterior al modelo mexicano de comunicación, donde la transnacionalización se vierte principalmente por los medios oligopolios de comunicación nacionales, pero no desde una lógica de dominación de Norte América/ capitalismo, sino de una “contaminación” en el sentido de la cercanía con el mercado americano y que estos oligopolios consumen, copian, producen y reproducen o “fusilan” productos, formatos, programaciones, géneros y “fórmulas” para la creación de la agenda y la programación interna del mercado mexicano.

También de **Martín Barbero**⁶³ retomamos el término de “*mediadores socioculturales*” (la escuela, la familia, el barrio, etc.) para determinar y puntualizar que las comunidades universitarias donde surgen estos intentos de comunicación serán precisamente eso “mediadores” para permitir la presentación y representación y resemantización de los contenidos, formas y formatos radiofónicos propuestos en estas radiodifusoras internas.

Pero cabe aclarar el hecho de en este estudio los participantes de estas radios tanto los universitarios como los provenientes de la sociedad civil o de cualquier otro organismo diferente a la comunidad universitaria, no serán tomados como entes pasivos sino “participantes” apoyados en las posturas de **Mario Kaplun**⁶⁴ : “*...los hombres y los pueblos se niegan a seguir siendo receptores pasivos...*”

⁶¹ **Mac Bride, Sean** “*Un sólo mundo voces múltiples*” FCE 1980, Pág. 61

⁶² **Barbero, Jesús Martín** “*El oficio del cartógrafo travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*” FCE, Chile 2002. Pág.195

⁶³ ídem Pág.226.

⁶⁴ **Kaplún, Mario**, “*El comunicador popular*” Editorial Lumen 1987 Pág. 67

sienten la necesidad y exigen el derecho a participar de ser actores, protagonistas”. Damos vida al actor y al actuante, inclusive lo fusionamos y lo involucramos de manera participativa e interactuante.

A palabras de **Armand Mattelart**⁶⁵ definimos la práctica alternativa de esta manera:

Así pues una práctica alternativa de la comunicación tiene la tarea de realizar la dialéctica de lo particular y de lo universal garantizando al mismo tiempo la presencia y el debate de los diferentes grupos o movimientos en cuestión. Unir estos eslabones entre sí es el único camino para concretar la cadena de sentido entre lo que afecta a cada cual y lo que afecta a todos.

Proponemos a su vez como complemento y distinción de las diferentes formas de prácticas de alternatividad y para aclarar el panorama de ésta una clasificación propia de estas representaciones:

Es necesario acotar que podemos hablar y hay que distinguir que existen en la comunicación por medios electrónicos masivos o no:

- a) Medios alternativos**
- b) Mensajes alternativos**
- c) Uso de medios alternativos con fines de tipo predominantes (comerciales o estatales-unidireccionales)**
- d) Uso de medios (predominantes) comerciales o estatales con mensajes alternativos (horizontales).**

Hay medios y usos alternativos y una conjunción de ambas cosas es lo preferible.

La alternatividad puede surgir de diversas formas, y con diversos fines y actores, pero la pluralidad, la democracia y el uso social del medio, corresponde a la naturaleza de lo alternativo. Aquí en esta investigación, la alternatividad conjunta las necesidades sociales con características democráticas, de pluralidad y equidad

⁶⁵ **Mattelart, Armand y Piemme, Jean** “La televisión Alternativa” Editorial Anagrama 1981, Pág. 120

en el uso, la creación y la oportunidad de participar en medios de comunicación alternativos, como la radio universitaria estudiantil.

Por eso, el medio alternativo existe y el mensaje alternativo existe, pero pueden cumplir con especificidades y fines diferentes, no necesariamente democráticos, no necesariamente tiránicos o subversivos, eso dependerá de los actores sociales que lo encabezen.

Pero en esencia la alternatividad, entendida aquí desde estas propuestas teóricas, debe ser pensada desde una perspectiva de inclusión, pluralidad, democracia y con fines sociales-horizontales y no por intereses de monopolios y oligopolios/comerciales-estatales-unidireccionales. Así que el carácter general de la alternatividad, podemos verla y puntualizarla como espacios de comunicación y o formas de comunicación alternos a los existentes, pero el sentido de “comunicación alternativa” teóricamente, lo entenderemos como ya lo hemos planteado, en un sentido de búsqueda de democratizar espacios y pluralizar el uso y participación en los mismos.

La comunicación alternativa lejos de ser un concepto pasado de moda u obsoleto, como muchos podrían plantearlo, está muy presente y sigue proporcionando mucho campo donde investigar, desde las radios comunitarias, las revistas contraculturales, las comunidades en Internet, así como muchas otras manifestaciones que se pueden seguir en todas partes del globo terráqueo.

La libertad de expresión, los derechos humanos a la información y la comunicación, y a los espacios necesarios para esta expresión, sean éstos electrónicos o no, es la vertiente por la cual, la comunicación alternativa se ha redefinido, guiado y replanteado los modernos estudios que se realizan en la actualidad. Además de los investigadores, son las organizaciones sociales y civiles y los individuos, los que ven en este planteamiento de la comunicación

alternativa, la base en la cual se sustentan sus propias oportunidades de germinación de espacios democráticos de participación comunitaria, social y ciudadana. En especial de la radio y el Internet.

Al llegar a este punto, hay que recordar que las teorías de la comunicación, no son modas que se toman y se dejan, son planteamientos que deben de ser replanteados y estudiados continuamente, porque el conocimiento científico, se va construyendo a través del tiempo con los avances y las perspectivas de diferentes actores e investigadores, que permitirá generar acercamientos más precisos, más no leyes o verdades absolutas del conocimiento sobre los medios y la sociedad, puesto que éstas son volubles y cambiantes, y con esta apreciación de una sociedad “*compleja*”⁶⁶, el conocimiento de ésta y su investigación será más profundo y mejor abordado por los investigadores en el futuro. La verdad y el conocimiento no sólo se construyen, se descubren poco a poco, con múltiples claves y pistas. La comunicación alternativa es pues una pista y una clave que debe seguir siendo abordada y no “dejada” en el cajón de las modas de investigación.

En este estudio en particular, nos referiremos a un medio de comunicación en específico, que en nuestro país ha surgido como propuesta comunicacional y que ha proliferado a lo largo de más de 80 años desde los primeros experimentos en el país en los años veintes, pasando por las escuelas radiofónicas como la de **XEUNT** de onda corta que funcionó en la sierra Tarahumara en 1955, y las radios comunitarias y campesinas que surgen en las décadas de los años setenta, ochenta⁶⁷ y aún en los noventas y la primer década del 2000 algunas de ellas son aún presionadas por “el gobierno del cambio” acusadas de subversivas e ilegales,

⁶⁶ **Morin, Edgar** “*Ciencia con Consciencia*” Editorial Anthropos, 1984.

⁶⁷ **Mejía, Barquera Fernando** “*Historia mínima de la radio en México*”, referencia en: <http://www.efrenrubio.com/radio-historia.htm> 2004

como “La Voladora”, “Radio Calenda” y “Radio Bemba”⁶⁸, es pues, este controvertido y poderoso medio, la radio.

1.3 La radio y la comunicación alternativa.

Siendo uno de los medios de comunicación más utilizados y muy fuertemente vinculado con la comunicación alternativa, la radio es el medio idóneo para establecer proyectos comunicativos alternos, es al parecer de esta investigación, que esto se debe a las facilidades técnicas de su elaboración, y por sus bajos costos de operación⁶⁹ y que se han ido reduciendo más conforme los avances de la tecnología permiten abaratar los equipos radiotransmisores y la forma de obtenerlos entre éstas los catálogos y las paginas de Internet donde se ofrecen al alcance de casi cualquier persona (por ejemplo la empresa norteamericana Ramsey, que vende transmisores, antenas y otros equipos de radio por Internet www.ramseyelectronics.com, también hay pequeñas empresas en Colombia y en otras partes de América Latina y el mundo donde se puede comprar artículos de este tipo)

Además de eso por la penetración que tiene como medio, ese “*cariz auditivo*”⁷⁰ que permite hacer otras actividades paralelamente a la de escuchar el medio, esta *libertad tiempo- espacial*⁷¹ permite que sea el compañero fiel en el auto, en la calle, en la cocina y el cuarto, es decir, que es un medio más íntimo que permite una sensación de compenetración con el radioescucha, sin mencionar que la radio

⁶⁸ **Vite García, Max** “Las radios comunitarias continúan bajo presión” reportaje en el periódico Zócalo Julio 2004 Pág. 4

⁶⁹ **Rebeil, Corella et al** “Perfiles del Cuadrante, experiencias de la radio” Editorial Trillas, México 1989 Pág. 12

⁷⁰ ídem Pág. 15

⁷¹ **Kaplun, Mario**, “Producción de programas de radio”, Editorial Crenecda. 1994. Pág. 62

es el medio con mayor penetración en el país y que es de fácil adquisición, *nueve de cada diez mexicanos tienen radio*⁷².

Además de que en el lado de la producción es un medio que permite jugar con la imaginación del escucha, crear "*imágenes auditivas*" y es esta comunicación afectiva la que está "*ligada psicológicamente a las vivencias afectivas del hombre*"⁷³, dándole un toque más personal al uso del medio, además si se usan audífonos permiten al oyente alejarse del exterior y vivir en su propia burbuja sonora, mientras se camina por la calle, la plaza, o se está en el cuarto de la casa o se viaja por el transporte público.

Además hoy día, la producción presenta grandes facilidades en la realización, esto gracias a la simplificación del proceso de grabación y edición que otorga la computadora y los programas de edición de audio no lineal, como el *Cool Edit*, el *SoundForce*, el *ProTools*, por mencionar algunos. También la programación, las barras musicales y el uso de *spot* y promocionales se facilita gracias al *software* de libre acceso para reproducir secuencialmente archivos de audio, (como el *Winamp*), que de esta manera permiten la transmisión ininterrumpida de música y programas, así ayudan a mejorar la calidad de la creación radiofónica.

La radio alternativa sería en este caso aquella que transmite la comunicación alternativa, es decir, el proceso comunicativo horizontal y democrático, no autoritario o dominante, sino construido desde lo popular y no sobre lo comercial, sobre lo cultural, más que sobre lo espectacular. Pero no debemos perder el piso, y entender que en muchas ocasiones la misma sociedad ha adaptado los mensajes de los medios dominantes y los re-semantizan y crean sus propios significados y contenidos, aún sobre estos mensajes dominantes, y los pueden

⁷² **Rebeil, Corella et al** "*Perfiles del Cuadrante, experiencias de la radio*" Editorial Trillas, México 1989 Pág.

15

⁷³ **Kaplun, Mario**, "*Producción de programas de radio*", Editorial Crenecda. 1994. Pág.63

llegar a recrear pero objetivados en su contexto y convencionalidades y generar esta “oralidad secundaria” de la que habla Jesús Martín Barbero, “gramaticalizada por los dispositivos y la sintaxis de la radio, el cine y la televisión⁷⁴”, es decir utilizan “las técnicas y las armas del enemigo” pero con su identidad propia y sus pertinentes adaptaciones para el uso popular.

Es importante tomar en cuenta, que el medio tiene cierta especificidad que debe ser cubierta para ser considerado radio, en este caso es ahí donde “los expertos” del conocimiento práctico y teórico de los medios y de la comunicación entran en juego, (los estudiantes, profesores y los investigadores de comunicación, o los ex y los trabajadores de radiodifusoras, por ejemplo) pueden revertir este proceso dominante y solventar los intentos alternativos y procurar un encuentro con los actores divergentes y servir de guías en el camino de la construcción de una alternividad de calidad, frente al coloso comercial. Una comunicación alternativa, generada desde lo popular, sin falsos fetiches y “romanticismos”, sino de lo real de las personas, de su imaginario colectivo y sus necesidades culturales. Cultural en toda la amplitud del término y no en la creación de una élite conformada de algunas manifestaciones culturales europeas, de la cultura de excelencia, “que crea patrones de refinamiento y de buen gusto”⁷⁵.

La radio entendida dentro de este esquema de comunicación alternativa, ha tenido múltiples acepciones⁷⁶, debido en gran parte a los diferentes modelos de operación que han surgido en diversas partes del mundo y en consecuencia se han creado una gran variedad de términos, pero todos coinciden en una cuestión:

⁷⁴ **Barbero Jesús Martín**, “El oficio del cartógrafo travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura” FCE, Chile 2002. Pág. 208

⁷⁵ **Chong, Blanca** “La radio en la laguna. Un estudio de audiencias” el autor UIA Torreón, Coahuila 1998.P. 10

⁷⁶ Algunos como: *radio clandestina, radios sindical-obrera, radios locales o de baja potencia, educativa-popular, campesina, urbana*, por mencionar algunos, para mayores datos ver: **Bouissa Alfredo, Curuchet Eduardo, y Orcajo Oscar**, “Las Otras Radios” Editorial Nordan-Comunidad, 1998 <http://www.lateja.org.uy/elpuente/lasotrasradios/otrasnombres.html> 2004

la participación ciudadana y social de los individuos o grupos de personas, la apropiación del medio.

...diremos que es alternativo todo medio que, en un contexto caracterizado por la existencia de sectores privilegiados que detentan el poder político, económico y cultural- en las distintas situaciones posibles desde el sistema de partido único y economía estatizada (Cuba) hasta los regímenes capitalistas de democracia parlamentaria y las dictaduras militares- implica una opción frente al discurso dominante (...) implica el ejercicio de la democracia comunicacional directa”⁷⁷.

Esto también aplica al oligopolio comercial que ostentan los empresarios sobre los medios, en este caso en México.

Dentro de estos múltiples nombres o conceptos que se han estructurado con base en la comunicación alternativa en particular por medio de la radiodifusión, presento algunos de los que existen y que son de interés abordarlos en esta investigación, para tener un referente conceptual.

Cabe hacer notar que estos conceptos son concebidos a raíz de propuestas de radio que podríamos decir más cercanas a la concepción “moderna” de radio, aunque en realidad los antecedentes más remotos, que con estos términos pudieren emplearse a designar datan de los principios de la radiotelegrafía con las estaciones del clima de la *U.S. Weather Bureau* en 1906⁷⁸ destinadas a avisar a las **comunidades agrícolas** sobre los cambios del clima y las **radios amateurs** surgidas entre a principios de los años veinte en EUA⁷⁹ – con siglas de *KDA* a *KZZ*- esto aplicable para el término de **radio comunitaria**, (aunque éstos eran más bien experimentos estatales y de particulares, respectivamente, y no proyectos de comunidades en si)

⁷⁷ **Simpson, Máximo** (comp.) “*Comunicación alternativa y cambio social*” Editorial La red de Jonás 1986, Pág.41 y 43

⁷⁸ **Bellys, Mary** “*The invention of Radio*” en <http://inventors.about.com/mbiopage.htm> 2005

⁷⁹ “*USA Radio Amateurs*” ver en: <http://www.ac6v.com/history.htm> 2005

Para el concepto de **radio libre** el papel que jugó la BBC en la segunda Guerra Mundial⁸⁰, podría ser equiparable, pero igual que con el otro ejemplo no es aplicable a como el término fue contextualizado, pues el concepto de “Libre” sería referido a: *contrario al enemigo fascista*. Visto desde una perspectiva incluyente podríamos decir que fue “pionero”, pero el término surgió después de estos hechos, en otro contexto diferente, con otras características distintas.

Cabe aclarar que el concepto de *radio alternativa*, puede ser utilizado de forma globalizadora o genérica y ese uso se le dará en la presente investigación para circunscribir a todas las expresiones y conceptos de radiodifusoras que denominamos y exponemos (también los que no fueron incluidos como Radios rurales, clandestinas, campesinas, indígenas, indigenistas, etc.) aquí:

Radio Libre: Este término, como tal, se emplea al final de la década de los sesentas y setentas, en Europa, y fue empleado para enmarcar a las radiodifusoras que surgen como respuesta contra el monopolio estatal de la radio en Francia e Italia, y más tarde se extendería a España y después a Brasil. Se utiliza para nombrar genéricamente a las radios que surgen con modalidades distintivas del sistema establecido, ya sea público o comercial, se asocia a libertad de comunicación, en su acepción más pura son denominadas radio democráticas, para diferenciarse de otras radios que se auto-proclamaban también como libres pero que surgieron con fines de lucro⁸¹.

Radio Comunitaria: El nombre resalta la idea de comunidad y destaca el valor democrático de "*poner en común*", son radios con funciones y / o propiedad social, este concepto se emplea en los setentas, a raíz del nacimiento de unas radiodifusoras creadas en Canadá por los grupos indígenas que cubrían sus

⁸⁰ “La Radiodifusión” ver : <http://exordio.com/1939-1945/civilis/telecom/radiodifusion.html> 2005

⁸¹ Éstas serían las **radios piratas**, que no entran en la lógica de la comunicación alternativa por tener fines comerciales. **Bouissa Alfredo, Curuchet Eduardo, y Orcajo Oscar**, “Las Otras Radios” Editorial Nordan-Comunidad, 1998, <http://www.lateja.org.uy/elpuente/lasotrasradios/otrasnombres.html>2004

necesidades de comunicación. Más tarde en EUA, se emplea el término para designar a radios pacifistas, ecologistas y representantes de las minorías étnicas, como la comunidad negra. *La expresión "radio comunitaria", es quizá la de mayor elaboración teórica, pues los miembros de AMARC (asociación mundial de radios comunitarias) se preocupan permanentemente por redefinir las características que hacen comunitaria a una radio*⁸².

Radio Universitaria: *Se denomina así a emisoras dependientes de centros académicos, con diversos grados de autogestión docente-estudiantil. Están presentes en muchos países, tanto en universidades estatales como privadas.*⁸³Que buscan, generalmente, ser una extensión académica y de difusión cultural de la universidad.

Propaladora: *Esta palabra hace referencia a una característica técnica específica. Se trata de radios que se arman en torno a un sistema de bocinas unidas por cables y montadas sobre postes. Un amplificador y un micrófono completan el rudimentario equipamiento que permite una difusión de sonido de corto alcance*⁸⁴. Generalmente a estas radios las conocemos como radios por cable o por circuito cerrado, se les nombrara en esta investigación como: por Cable.

En México la radio ha sido acaparada en su modalidad de AM y FM por las empresas radiofónicas existentes, y los espacios restantes en el cuadrante son restringidos por el Estado, gracias a una Ley Federal de Radio y Televisión obsoleta y desfasada, que está planteada en detrimento de la sociedad y en beneficio de estos oligopolios, en lugar de propiciar la participación ciudadana como medio de expresión democrático.⁸⁵

⁸² Ídem

⁸³ Ídem

⁸⁴ ídem

⁸⁵ Cabe hacer notar que en el año de 2005, hay una propuesta surgida de la sociedad civil, y presentada como proyecto de ley en la cámara del Senado, esperando su aprobación, propuesta que plantea una legislación coherente, incluyente, plural y que permitiría una mejor distribución de las restantes frecuencias del espectro radioeléctrico, y permitiría un uso más democrático del medio. Ver: www.senadorcorral.org 2004

En las últimas décadas del siglo xx, el fervor de la radio alternativa, se ha mantenido y resurgido con mayor fuerza y tomado una visión del ejercicio de los derechos humanos de la comunicación y la libertad de pensamiento y expresión. Planteados en las necesidades humanas de satisfacer estos derechos y el deber de los Estados y los Países de garantizarlos y salvaguardar los intereses sociales por encima de los comerciales, y / o estatales.

Resumiendo:

La radio alternativa o la alternatividad en la radio (que englobaría a las manifestaciones de todo tipo de características diversas), la entenderíamos desde la perspectiva de la comunicación alternativa ya descrita anteriormente:

- Una radio con la participación del actor con el medio y desde el medio, que sea contraria a los esquemas dominantes, que sea plural, incluyente, abierta, democrática, de estrategia horizontal. Un proceso no unidireccional, sino multi-direccional.
- Una radio con un discurso alternativo, diferente al ofrecido por los medios dominantes, de características propias, significativas que busquen la propia originalidad e innovación, continuidad y creatividad, orientación democrática y participativa.
- Una agenda distinta, ordenada con base a las necesidades específicas de cada región donde se localice y que intente satisfacerlas.

No pensada en la agenda dominante, sino generar una agenda propia, es decir, que cubra las necesidades de comunicación de los individuos, necesidades que pueden ser de diversos tipos (distintos al comercial) sociales, culturales, comunitarias, educativas, o académico, político, artístico, de difusión del conocimiento científico y popular, de las

tradiciones, (rituales, leyendas) y todo tipo de manifestaciones populares y culturales.

Una agenda diversa, no postulada desde el paradigma dominante (*de la espectacularidad en busca del rating*), sino desde un paradigma vinculado a estas necesidades sociales y comunicativas de los actores y actantes sociales.

- Un medio que en su formato, y que con sus propias características específicas, resignifique los patrones y paradigmas radiofónicos dominantes, de radio arte y radiodifusión, por fórmulas o patrones propios y alternativos al esquema y al sistema de presentación y representación de los medios existentes y dominantes.

1.4 La radio y su uso alternativo a través de la historia.

*Llegará un día en que un hombre
te hablará a miles de kilómetros de distancia, y tú
tranquilamente
le podrás escuchar donde estés,
mas no le podrás ver por
estar tan lejos.*

Quinta Profecía Maya

La radiodifusión, como medio de comunicación ha pasado por muchas etapas en su historia; desgraciadamente, sus principios fueron regidos por la élite intelectual y los intereses comerciales, es decir, al principio sólo los científicos interesados en la transmisión de voz y señales a distancia y las compañías que los patrocinaban⁸⁶

⁸⁶ La *Westinghouse Company* intentaba entrar al mercado de la radiotelefonía pero las patentes fuertes estaban en manos de la *RCA*, y puso a trabajar al Doctor **Frank Conrad** en la cuestión de los transmisores de radio, quien construyó arriba de su casa uno para continuar trabajando en el desarrollo de este, obtuvo una licencia para transmitir y en abril de 1920 sería la primer estación de radio del mundo la **8YK**. La gente de la zona,

-que veían en el naciente medio una posible ventaja comercial- eran los que podían realizar las primeras transmisiones y experimentaciones, todas de tipo técnico, y no como un medio socialmente útil. Conforme el tiempo fue pasando y la radio tomando forma como medio, surgieron los primeros amateurs, que buscaban utilizar este aparato para comunicarse a través del mundo con otros radioaficionados, la radio aún estaba en pañales, pero se veía que empezaba a caminar.

El ingeniero **David Sarnoff** describía los usos posibles de estos aparatos, recibir los resultados de los partidos de béisbol, actos musicales, conciertos, conferencias, etc.; y también describe a los usuarios, “*los granjeros y otros que vivan en distritos alejados de las ciudades*” y al aparato físicamente: “*La caja de música de la radio puede ser entregada con amplificadores y con un altavoz, todo ello debidamente acondicionado en una caja. Ésta puede ser colocada sobre una tabla en el salón o “living room”, y haciendo girar la perilla se escucharía la música transmitida*”⁸⁷ El visionario Ingeniero **Sarnoff**, había descrito lo que es nuestra actual radiodifusión, sólo le faltó “profetizar” los anuncios publicitarios, los melodramas y anuncios cantados, esto en los años veintes. En México en esas fechas se comenzaba con la experimentación y la creación de los primeros intentos de radiodifusión en distintas partes del país, tanto intentos gubernamentales, militares y civiles.

los radioaficionados, le hablaba y le enviaba cartas, empezó a utilizar un fonógrafo para transmitir música y tener una señal continua, con esto regularizo las transmisiones de 2 horas continuas de música 2 días a la semana. De esta manera gracias a los experimentos del Doctor **Conrad** la *Westinghouse* se dio cuenta de que podría ser lucrativo la construcción y comercialización de aparatos receptores, para lo cual, en la zona oriental de *Pittsburg* instalo un transmisor más potente y “*con el propósito de estimular la venta de receptores de su fabricación y de los elementos con los que los aficionados construirían otros receptores. De esa forma se creó en 1920 la estación KDKA de Pittsburg. Así nació la radiofonía comercial.* Ver: **Frías Herrera, Freddy** “*Historia de la radio*” vinculo <http://webs.sinectis.com.ar/mcagliani/hradio.htm> 2005

⁸⁷ **Frías Herrera, Freddy** “*Historia de la radio*” vinculo <http://webs.sinectis.com.ar/mcagliani/hradio.htm> 2005

Es en esta época cuando surge la radio pública en Inglaterra, con la creación de la BBC (14 de noviembre de 1922), que monopolizó la radiodifusión en este país y pondría el estándar de cómo hacer la radio “cultura”, en comparación a la comercial que surgía en EUA y de ahí el concepto de cómo manejar el monopolio de la radio en Europa.

A partir de aquí es cuando los cánones de cómo hacer la radiodifusión se empezaron a establecer, y los formatos, las agendas y el lenguaje radiofónico a estipularse en ambos lados del atlántico. Las primeras formas alternativas de radio, surgen en Alemania, en los años de la república de **Weimar**, los grupos de trabajadores alemanes se empezaron a organizar en torno al medio, el medio no los organizó, ellos comenzaron a plantearse la necesidad de tener una cultura obrera autónoma y alternativa, muchos de estos primeros intentos fueron hechos por radiotelegrafistas del antiguo ejército alemán, esto en 1923. Nace el “*radio club obrero*” en 1924 comentando que llegaron a tener cerca de 4000 socios⁸⁸.

Es hasta la Segunda Guerra Mundial que la radio es vista como potencialmente peligrosa, debido al uso que le da Adolfo Hitler y su ministerio de Propaganda e información comandado por Joseph P. Goebbels, quien “*el 8 de marzo de 1933, cuando aún no era ministro, informaba que su ministerio se dividiría en cinco grandes departamentos dedicados a la radiodifusión, la prensa, la cinematografía, el teatro y la propaganda*”⁸⁹. El empleo de la radio en el *Tercer Reich* fue encaminado al ámbito local primero, ya que “*los propios aparatos (receptores) el “VE 301” (Receptor del Pueblo 301) eran pequeños artículos de propaganda*”⁹⁰. Después la radio fue dirigida a un uso global, la radio llegaba por onda corta a todo el mundo y se buscaba la mayor penetración en lugares donde hubiera

⁸⁸ **Peter Dahl**, “*Detrás de tu aparato de radio esta tu enemigo de clase*” en “*de las ondas rojas a las radios libres*” editorial Gustavo Gili, Págs. 28-29.

⁸⁹ **Ediciones Domlmen S.L.** “*El ministerio de propaganda*” en: <http://www.artehistoria.com/batallas/contextos/4077.htm> 2005

⁹⁰ **Martínez, Rodolfo**, “*Crítica a la propaganda Nazi*” en: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc89/critica.html> 2005

colonias alemanas, por ejemplo en América Latina donde había dos países con importantes asentamientos de descendientes de alemanes, Brasil con 600,000 personas y Argentina con 150,000 personas⁹¹.

La astucia y el ingenio alemán se volcó sobre la radio, el cine, la televisión y la prensa y *Joseph Goebbles “utilizó prácticamente todos los medios a su alcance para darle credibilidad al movimiento nazi, pero no sólo eso, midió consecuencias, tamizó información y teorizó sobre el fenómeno de la comunicación de masas al definir los puntos básicos de la misma: ventajas y desventajas de la información, público, opinión, canal, mensaje, respuesta, etcétera”*⁹² Este uso estratégico de la radio de manera Estatal y militar, marco una brecha en como las naciones y los científicos veían la comunicación y sobre todo, la potencialidad del medio radiofónico, tanto como arma de defensa como de ataque.

Es por eso que 1936 se circunscribe en la Sociedad de Naciones (SDN) la Convención Internacional sobre el uso pacífico de la radiodifusión, esto fue tomado como un pacto de no-agresión radiofónica, por la mayor parte de los miembros de la SDN⁹³.

El problema suscitado por la propaganda nazi y esta lucha Psicológica, fue la razón por la que los gobiernos vieran en la radio un arma potencialmente peligrosa y un instrumento que debiera ser regulado y controlado por el Estado. En los estudios de la comunicación abrió el debate a múltiples corrientes de estudio de los medios, desde los estudios con carácter matemático de la comunicación, así como la teoría de la aguja hipodérmica de la escuela positivista norteamericana y la visión pesimista de los medios de la escuela crítica de Frankfurt, todos estos enfoques veían a los medios como seres poderosos y capaces de manipular la

⁹¹ **Mattelart, Armand**, “*La comunicación mundo*” Editorial Siglo XXI, Pág. 131

⁹² **Piza, Arturo** “*Goebbles y la propaganda del Tercer Reich*” <http://www.rebellion.org/medios/030519apiza.htm> 2005

⁹³ **Mattelart, Armand**, “*La comunicación mundo*” Editorial Siglo XXI, Pág. 130

opinión pública y situaban al receptor como un ser pasivo, indefenso y expuesto al influjo de los mensajes⁹⁴.

En los años cuarentas surgen múltiples radiodifusoras alrededor del mundo con diferente carácter, unas de Estado o de Gobierno, las comerciales por supuesto y lo más importante radios alternativas.

En 1945 nace la radio pública en Italia RAI⁹⁵ (Radio Estatal pública de Italia por sus siglas en italiano), ya en principio de los sesenta y setentas, y hasta los ochentas surgen diversos movimientos de radios libres y piratas.

Las radios libres, surgen como propuestas encaminadas a presentar una alternativa de los monopolios estatales de radio (la RAI) son propuestas ciudadanas y políticas *“Italia: Radio Bologna 1974 y Radio Parma 1975- primer radio local- y Radio Alice 1976 en Francia: Radio Sorbote de estudiantes 1968 y Radio Campus 1969, en Bélgica: Radio Niece 1978 radio ecologista”*⁹⁶.

Mientras que las radios piratas eran radiodifusoras con fines de lucro que transmitían música de rock y pasaban anuncios comerciales dirigidos a la juventud, estas se instalaban en barcos y transmitían desde ahí sin permiso de las autoridades, -de ahí su denominación de “piratas”- *“Radio Merkur FM 1958 en un barco anclado frente a las costas de Dinamarca, Radio Nord 1961 en Suecia, Radio Veronique en las costas de Holanda, y Radio Caroline y Radio Atlanta frente a las costas inglesas”*⁹⁷.

⁹⁴ **Mattelart, Armand** “Pensar sobre los medios” editorial Fundesco

⁹⁵ **Miquel, Rodrigo y Ruiz, Collantes** “Cronología” en “de las ondas rojas a las radios libres” editorial Gustavo Gili, Págs. 267-276.

⁹⁶ Ídem

⁹⁷ **Bouissa, Alfredo et al,** “Las otras radios” Editorial Nordan ver: <http://www.lateja.org.uy/elpuente/lasotrasradios/otrasnombres.html> 2004

Por otra parte, en América Latina aparecieron desde finales de los cuarentas y durante las siguientes cuatro décadas movimientos sociales que tomaron la radio, como medio de difusión alternativa, para su uso democrático, empleándola para sus intereses de grupo, intereses culturales, populares, religiosos, políticos o subversivos y también con fines educativos como el caso de las radios sindicales y mineras en Bolivia⁹⁸ (1947 radio Sucre y 1952 Voz del minero), las radios educativas o escuelas radiofónicas campesinas en Colombia⁹⁹ (1947 radio Sutaenza), así como la radio rebelde (emisora clandestina) creada el 24 de febrero de 1958 por Ernesto “el che” Guevara¹⁰⁰.

“Radio Venceremos” en la década de los ochentas, de la república del Salvador, una radio clandestina que sobrevivió 11 años con el *Frente Farabundo Martí* para la Liberación nacional, y que permitió el contacto del pueblo con los guerrilleros, y permitir ver la otra cara de la comunicación y la información frente a medios controlados por el estado y por intereses extranjeros¹⁰¹. A finales de los setentas (1978) en Haití la “*Radio Sole*”, que se enfrentó a la dictadura política y de medios de comunicación que reinaba en su país, transmitiendo en su lengua natal el “*Creole*”, y haciendo crítica al sistema de gobierno.

Inclusive en los Estados Unidos han surgido las radios alternativas, como respuesta al olvido de grupos sociales comercialmente no atractivos como las minorías negras en los guetos de la ciudad, donde aparecen ejemplos como la “*Black Magic Liberation Radio*”, a principios de los años ochenta.¹⁰²

⁹⁸ Flores Bedregal, Teresa “Las radios de los mineros bolivianos” en “Radio y Democracia” IPAL 1989 Pág. 42.

⁹⁹ Bernal, Hernando “Radio educativa para el desarrollo rural” en “Radio y Democracia” IPAL 1989 Pág.95

¹⁰⁰ Talqueche, Marcos “¿Quiénes Somos?, Radio Rebelde” ver: <http://www.radiorebelde.com.cu/temas/quienes/quienes.htm> 2005

¹⁰¹ Ver: Girad, Bruce(Comp.) “Radio apasionad@s, Experiencias de radio comunitaria en le mundo” www.comunica.org/apasionados/ 2006

¹⁰² ídem

Ejemplos en México la escuela radiofónica XEUNT de onda corta que funcionó en la sierra Tarahumara en 1955¹⁰³. La aparición de “Radio Teocelo” y “Radio Huayacocotla” en Veracruz en la década de los sesentas y setentas¹⁰⁴ estas radios marcaron el inicio de la aparición de múltiples representaciones de la participación de las comunidades rurales, urbanas e indígenas, en toda la republica mexicana, sobre todo en la década de los ochentas y noventas desde radios universitarias como “La radio Universidad Pueblo” en Oaxaca, “la Radio Bemba” en Sonora, “la Voladora Radio” cercana al Volcán Popocatepetl (que cubre los pormenores del volcán en beneficio de la comunidad), e indígenas como la “Radio *Erandi*” en Michoacán, “Radio *Jën Poj*” del pueblo *Mixe*¹⁰⁵ que transmiten en su propia lengua y programación de relevancia para su comunidad, así como un sinnúmero de radios surgidas bajo la lupa de las autoridades y acusadas de subversivas y piratas, siendo solamente representantes de las necesidades de las comunidades en cuanto a materia de comunicación e información, y que solamente muestran el olvido y la marginación a la están expuestas, además del contubernio del gobierno con las grandes empresas radiofónicas, para no dar espacios en le cuadrante a nadie que no sean los grupos ya establecidos “a la familia de la radio”, y con esto mantienen en el olvido a estas comunidades alejadas de los centros urbanos de relevancia y les privan de la oportunidad de tener un medio propio de comunicación, que les permita interactuar entre los individuos de estas y otras comunidades y conocer un poco mas de su situación política y social.

En agosto de 1983, 600 radiodifusores provenientes de 36 países, se reunieron en Montreal (Canadá), en ocasión del Año Internacional de las Comunicaciones promovido por las Naciones Unidas. Los asistentes fundaron la Asociación

¹⁰³ **Mejía, Barquera Fernando** “*Historia mínima de la radio en México (1920-1996)*”, referencia en: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/FMB/foromex/historia.html>2004

¹⁰⁴ **Calleja, Aleida, Solís Beatriz**, “*Con Permiso La radio comunitaria en México*”, AMARC MÉXICO, AMEDI, CMDPDH, Fundación Friedich Ebert-México, 2005. Pag. 61

¹⁰⁵ ídem

Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) Actualmente en México hay una representación de la AMARC, que apoya a todas las radios que se inscriben en sus listas, tanto en cuestiones técnicas, como en asesoría para el cumplimiento de los requisitos para la gestión de permisos ante las autoridades¹⁰⁶.

La radio alternativa a mediados de los ochentas y principios de los noventas, siguió expandiéndose sobre todo en África, Asia e inclusive en la Unión Soviética y Canadá. En África los comienzos se dan con radios rurales que buscan acercar el conocimiento a las personas marginadas en las más lejanas regiones, y que así cuenten con un medio de información y educación, sobre todo como medio bidireccional de comunicación, donde las poblaciones se comuniquen en su idioma y reciban producción creada para ellos y también producción hecha por ellos, y dirigida hacia las alejadas planicies del África.¹⁰⁷ Estos vinculados con el empleo de las nuevas tecnologías como el Internet, para ofrecer una más amplia cantidad de conocimientos para retransmitirlos por la radio, en búsqueda de un desarrollo y crecimiento de estas comunidades¹⁰⁸.

En Asia aparecieron proyectos como la “Radio comunitaria *Mahaweli*” fundada en 1981, por la Corporación de medios de Difusión de *Sri Lanka*, con apoyo de la UNESCO, y que ha permitido la apertura del medio y la participación de la comunidad rural en la producción y la creación de esta radio, aunque sigue siendo controlada por el Estado, al igual que muchos de los intentos de radio alternativa en África¹⁰⁹.

¹⁰⁶ Calleja, Aleida, extracto de una conferencia en el encuentro de radio “*Radio/ actividad*” 7 y 8 de Abril de 2005, FCPYS UNAM.

¹⁰⁷ Ver: (Comp.) Girad, Bruce “*Radio [apasionad@s](http://www.comunica.org/apasionados/), Experiencias de radio comunitaria en le mundo*” www.comunica.org/apasionados/ 2006

¹⁰⁸ Ver: (comp.) Girad, Bruce “*Secreto a Voces NTICS e interactividad*” FAO, CISP, FFES, et al, www.comunica.org 2006

¹⁰⁹ Ver: (Comp.) Girad, Bruce “*Radio [apasionad@s](http://www.comunica.org/apasionados/), Experiencias de radio comunitaria en le mundo*” www.comunica.org/apasionados/ 2006

En la antigua Unión Soviética, (ahora Rusia) surge para el 30 de abril de 1990 la inclusión de las radios independientes, como la radio “Ecos de Moscú”, que comienza a abrirse paso como una radio independiente en la ya frágil estructura de la Unión Soviética, que en su camino a la *perestroika*, dio a la población Moscovita un instrumento comunicativo y noticioso con mayor libertad y más credibilidad que los aparatos de gobierno que mantenía el dominio de las ondas hertzianas para el uso del Estado¹¹⁰.

Como hemos visto en este capítulo los usos sociales y estratégicos de la radio, su rápida y fácil penetración como medio barato y accesible tanto para la producción como para la recepción, influyó en la forma de verla y sobre todo de legislarla, siempre se sospecha del uso de la radio como arma de propaganda y herramienta subversiva.

Esta preocupación fue mundial generó un control férreo por parte de los diferentes gobiernos, sobre todo en Latinoamérica, en especial los que tenían dictaduras, o gobiernos totalitarios y represivos disfrazados de democracias.

En el caso particular de México este uso “subversivo” de la radio, fue un pretexto más empleado por el gobierno para favorecer los intereses comerciales de unos cuantos empresarios que empezaban a acaparar las estaciones radiofónicas del cuadrante ya desde la década de los años treinta, y además como aparato ideológico de propaganda, encaminado a consolidar el poder político del “Partido de Estado”.

Comencemos desde este punto una vez que ya hemos visto un poco de la historia de la radio y su uso alternativo, y veamos un poco la historia de su legislación en México, para evidenciar la actual carencia de un marco que permita a las radios alternativas, (libres, comunitarias, universitarias, indígenas) el uso de las ondas hertzianas y la distribución democrática de estas.

¹¹⁰ Ver: Girad, Bruce (Comp.) “Radio [apasionad@s](http://www.comunica.org/apasionados/), Experiencias de radio comunitaria en le mundo” www.comunica.org/apasionados/ 2006

1.5 Descripción del contexto actual de la radio en México

La radiodifusión en México, (sobre todo en el interior del país), presenta una desproporción visible entre oferta comercial y la oferta alternativa de radio¹¹¹, un espectro radiofónico saturado de estaciones comerciales, en las cuales, las opciones musicales se limitan a unos cuantos géneros (pop, balada, cumbia, etc.), de lo que no escapan los formatos radiofónicos, hablados y noticiosos.

La radiodifusión es ahora más un fenómeno mercantilista que una opción viable de información, se trata pues del vender a toda costa, se pasó de ser un sistema de transmisión revolucionario (gracias a sus características como medio masivo al romper barreras espacio temporales) para convertirse en un apéndice de la televisión y en promotor de los intereses comerciales y políticos de los propietarios de los medios de comunicación y del gobierno¹¹². Todo con base en una lógica de mercado. *“Se convierte (la radio) en instrumento al servicio de la realización de la producción, es decir al consumo”¹¹³.*

Así la radiodifusión contemporánea se construye no con un esquema propio plural e incluyente, que permita satisfacer una demanda social, sino creando una programación homogénea, saturando la oferta de entretenimiento, eliminando la

¹¹¹ En estaciones de AM hay 758 estaciones concesionadas contra 94 permisionadas y en FM 384 concesionadas por 101 permisionadas, esto en toda la república mexicana. Esto datos aparecen en el portal del CIRT Marzo de 2005. http://www.cirt.com.mx/estaciones_concesionadas_permisionadas.html

¹¹² Hay que hacer notar el decretazo que firmo el presidente **Vicente Fox** y que se publicó el Jueves 10 de octubre de 2002, en el Diario Oficial de la Federación, donde se plantea la abrogación de dos ordenamientos jurídicos relativos al impuesto especial con el cual y desde el primero de julio de 1969 la secretaría de hacienda obligaba a las radiodifusoras (radio y TV) a dar el 12.5% de su tiempo de transmisión al Estado, ahora lo redujo al 1.25 %, esto generara un enorme beneficio económico para los oligopolios de radio y TV, sobre todo en propaganda política. Además al no haber impuestos reales a estas empresas, es dinero no recaudado que podría emplearse en los medios de comunicación públicos. **DOF 10 de octubre de 2002** En este mismo año también comenzaron el cierre de radiodifusoras comunitarias, que no tuvieran permiso y a las que lo tramitaban se les obligo a cerrar inclusive por la fuerza, se dice que fue una de los peticiones de los concesionarios.

¹¹³ **Gandásegui, Marcos**, *“Estructura social y medios masivos de comunicación”*, en *Plural*, septiembre de 1976 Vol. V, no 12 Pág. 74, citado por De la Selva, Alma Rosa, en *“Radio e ideología”* EDT. El caballito 1991 Pág.22

diversidad de contenidos y presentando sólo los intereses de un “target” (público-objetivo) que es determinado por su capacidad de compra. Así la tasa de “rating” determina que se escucha y que no, por lo tanto que vende y lo que no, y con ello la duración o permanencia de los programas y las programaciones de los medios de comunicación, así como de la agenda a tratar.

La programación se ve afectada por esto y la radio comercial, hace honor a su nombre, todo es propaganda de productos, indiscriminadamente, utilizando hasta el más mínimo espacio posible, aún dentro de los propios programas informativos y noticieros, siendo el locutor parte de la publicidad, y creando notas y “reportajes” que giran en torno a un producto determinado presentándolo como parte del programa.

De esta manera la radio en el ámbito comercial, se ha convertido en sólo una marquesina, y no en una propuesta. Además la televisión transmite de manera simultánea programas de radio por televisión por ejemplo la XEW tiene programas como “*secretos W*” de espectáculos que se transmiten simultáneamente a la radio y por canales de televisión satelital (SKY), pero muchas veces el lenguaje radiofónico no es respetado y los locutores por momentos se olvidan de que están en radio y actúan conforme a los parámetros televisivos. Con lo cual se rebaja a la radio a una simple repetidora de la programación televisada y no se piensa en ella conforme a su lenguaje y códigos propios, a su especificidad como medio.

Mientras tanto la oferta de radiodifusión de otro tipo es casi nula en el espectro del cuadrante radiofónico, y las reglamentaciones del Estado Mexicano, en lugar de regular de manera plural y democrática han caído en la obsolescencia, y varios vacíos en la Ley Federal de Radio y Televisión, han permitido a unos cuantos grupos de concesionarios¹¹⁴, el tener el control de la mayor parte de los espacios

¹¹⁴Referencia: *Portal de transparencia de la SCT*.
<http://transparencia.sct.gob.mx/index.php?id=440> 2004

del cuadrante. ” (...) *no existen en la legislación de radio y televisión bases normativas que garanticen la igualdad de oportunidades para ser sujeto de permisos o concesiones*¹¹⁵,”

Es pertinente hacer una acotación para mostrar los tipos de radiodifusión que contempla la Ley Federal de Radio y Televisión; en el artículo 13 establece que *“las estaciones comerciales requerirán concesión y las estaciones oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios, sólo requerirán permiso”*¹¹⁶.

La radiodifusión contraria a la comercial o concesionada, es decir, la permisionada, se mantiene rezagada con respecto a la comercial en número. Las pocas alternativas de radiodifusión cultural, universitaria, educativa y ciudadana existentes, generalmente sufren de escasez de creatividad, de recursos, de tecnología de punta, *“falta de capacitación y de estímulos a su personal, obstáculos legales para recibir patrocinios o anuncios comerciales y modificación constante de proyectos ante la llegada de nuevos equipos de trabajo con los cambios de administraciones federales y estatales,”*¹¹⁷ y, además, últimamente, de una pérdida de identidad al llegar a copiar los formatos y contenidos de la radio comercial, en una búsqueda por más auditorio.

Para rematar, una falta de interés del radio escuchas debido a los estereotipos creados alrededor de la radio permisionada (culturales y universitarias) y por los enfoques desfasados de transmisión por parte de éstas radiodifusoras y de la falta de un proyecto de comunicación incluyente, plural, realista y planificado en torno a una sociedad cambiante y con intereses diversos. Además las instituciones a

¹¹⁵ Villanueva, Ernesto *“Derecho mexicano de la información”*, Editorial Oxford 2000 Pág. 58

¹¹⁶ *Ley Federal de Radio y Televisión artículo 13*

¹¹⁷ Radio cultural y estatal *“Tercer Foro de Radio Educación”*, en: <http://www.radiomexicana.com/index.cfm?catID=1245> 2004

cargo de estas radiodifusoras, tienden a presentar y reproducir esquemas que son poco flexibles e inclusive enmarcados en una lógica elitista de la cultura¹¹⁸.

El Estado por su parte, en su particular “esfuerzo” por dar voz a los sin voz, ha creado dependencias institucionales como el IMER, con las que intenta cubrir la deficiencia y falta de estaciones públicas y culturales, que en algunos casos cumple de manera loable su labor para con la sociedad.

El caso más notorio es el de las radios indigenistas, enmarcadas en un plan nacional de desarrollo de las culturas y las lenguas indígenas, pero sin un claro proceder en cuanto a un plan de comunicación integral, y claramente se puede advertir que estas implementaciones gubernamentales son un esfuerzo por acallar reclamos, y no un intento por construir un verdadero sistema independiente que permita a los pueblos autóctonos el satisfacer sus necesidades de comunicación.

Aunque no hay que negar el mérito de estos esfuerzos que han dado la oportunidad a muchas comunidades de tener una estación que transmita en su propia lengua y con programación dirigida y creada especialmente para estas comunidades, aunque no siempre creada por los indígenas, sino por la visión de lo que son los indígenas, la visión que tiene el gobierno en turno.¹¹⁹

Por otra parte “la radio cultural ciudadana” por designarla de alguna manera, no escapa de esta temática y los esfuerzos del Estado de crear la radio pública, terminan en muchas buenas intenciones y poco presupuesto. Además al no contar con un plan nacional de comunicación, que sea modular y específico para cada comunidad, terminan como “gritos en la obscuridad de un callejón vacío”, es decir,

¹¹⁸ **Romo, Cristina** “*La otra radio, voces débiles, voces de esperanza*” coedición IMER, Fundación Buendía 1990

¹¹⁹ **Calleja Aleida, Solís Beatriz**, “*Con Permiso La radio comunitaria en México*”, AMARC México, AMEDI, CMDPDH, Fundación Friedrich Ebert-México, 2005. Pág. 63

en propuestas carentes de sentido o guía, y estos sólo reproducen la vieja imagen de la radio de música clásica y de orquesta con programas diseñados bajo la particular visión del Gobierno en turno y de los grupos entronados en los puestos de mando, acoplándose a los esquemas de la radio comercial.

Fuera del marco de estas dos posibilidades de radiodifusión con que se cuentan, la radio pública (radios Estatales y culturales) y la saturada y decadente radio comercial, hay que situar un fenómeno, con características muy particulares de creación y crecimiento, alternativas radiofónicas de comunicación que crecen y se desarrollan de manera espontánea, es decir, bajo la inquietud de grupos de individuos que al tener necesidades de comunicación diferentes a las que proporcionan los medios públicos y privados, y al no tener un espacio de expresión, difusión y de acercamiento con estos medios para erigir sus propuestas, inquietudes e iniciativas, ven en las negativas un positivo desenlace: la creación de un medio propio, que les permita satisfacer estas necesidades y permitir a otros que se encuentran en iguales circunstancias de participar en estos proyectos, es decir, al no haber un medio, ellos, los individuos, lo crean y desarrollan, como *promotores comunitarios de comunicación*¹²⁰.

Estas propuestas radiofónicas a las que se les ha denominado radios comunitarias, piratas, clandestinas, ciudadanas, etc., se han ido gestando desde hace ya muchos años, tanto en el ámbito rural, el urbano e indígena, muchas de ellas han sido acusadas de subversión, de ilegales y han sido cerradas por los aparatos de control estatal, en complicidad con las emisoras privadas¹²¹. Otras han surgido en el seno de las universidades, de manos de estudiantes y profesores, otras en plazas públicas, y de esta forma muchas han surgido,

¹²⁰ **Prieto, Daniel** “*Discurso autoritario y comunicación alternativa*” editorial Coyoacan 1997 Pág.54

¹²¹ **Calleja Aleida, Solís Beatriz**, “Con Permiso La radio comunitaria en México”, AMARC México, AMEDI, CMDPDH, Fundación Friedrich Ebert-México, 2005. Pág 97- 107

aparecido y desaparecido, otras se han mantenido y muchas más transmiten aún sin la venia de las autoridades¹²².

En la actualidad, estas radios han ido ganando espacios y construyendo nuevas formas de crear la radio. Ésta ha avanzado de manera efectiva, siendo un fenómeno que se encuentra presente en casi toda la República, desde Baja California hasta Yucatán¹²³. Estos ejercicios radiofónicos, (las llamadas radios comunitarias, populares, campesinas, urbanas, etc.) no son nuevos, y lo que es innegable es que han ido creciendo y desarrollándose, proponiendo alternativas a la alta oferta de radios comerciales y a la pobre respuesta de las radios públicas¹²⁴.

Es una forma diferente de radiodifusión que se caracteriza por no buscar el lucro y sobre todo por su interés en la transmisión de las diversas formas de la cultura y el arte (clásico y popular), la difusión del conocimiento, y la integración de la comunidad, presentando propuestas radiofónicas que involucran problemáticas y temas de interés para la sociedad y para su comunidad en específico, algunas de ellas, inclusive son el único medio al alcance de las comunidades para comunicarse entre ellos, como una especie de radio teléfono.

Por desgracia sigue enfrentándose a las mismas negativas por parte del gobierno y de sus organismos dedicados al manejo del espectro radioeléctrico y los

¹²² “Radio Universidad Pueblo en Guerrero” (ahora Radio Universidad Chilpancingo), “Radio Bamba”, “La voladora”, por ejemplo. **Calleja Aleida, Solís Beatriz**, “Con Permiso La radio comunitaria en México”, AMARC México, AMEDI, CMDPDH, Fundación Friedrich Ebert-México, 2005. Pág. 63

¹²³ Las radio comunitarias, son las un fenómeno que tienen cerca de 30 años al aire (*XEYT Radio Teocelo*, estación comunitaria en el 1490 de AM) y son ejemplos que siguen gestándose en toda la república, de una manera u otra, al amparo de asociaciones civiles y/o de comunidades organizadas, o grupos de individuos; para más información, ver: “*La otra radio voces débiles, voces de esperanza*” **Romo, Cristina** coedición IMER, Fundación Buendía 1990.

¹²⁴ Aunque no hay que negar que también algunas de estas radios han surgido con fines de lucro, (les llaman piratas) los menos por supuesto, aunque ahí sería interesante advertir una necesidad de un manejo más democrático de las concesiones, permitiendo a estos pequeños empresarios que quieren realizar un negocio en su comunidad, puesto que los grandes consorcios radiofónicos acaparan las frecuencias comprando a las radios concesionadas locales de poca envergadura y convirtiéndolas en repetidoras en cadena de sus centrales.

contenidos y permisos: la secretaria de comunicaciones y transportes (SCT) la Secretaría de Gobernación (SEGOB), e inclusive en algunos casos hasta el ejército.¹²⁵

En la actualidad, el fenómeno de la radio alternativa sigue manifestándose, cada vez más en diversas locaciones, en diversas condiciones y contextos, proponiendo alternativas diferentes a los radioescuchas, y proponiendo nuevos formatos y una perspectiva más social al uso de los medios de comunicación.

Las radios alternativas son un fenómeno que tiene su auge en la década de los setenta y ochenta en el país, y surge en una época en que los estudiosos y la problemática de la información se abordada en referencia a la comunicación alternativa, donde se vislumbraba la desigualdad en el flujo de la información internacionalmente, y el proceso de una posible dominación cultural por parte de los países industrializados, hacia los tercermundistas¹²⁶. De donde la asociación mundial de radios comunitarias (AMARC), enfatiza lo estipulado por la UNESCO y la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) “*que el espectro radioeléctrico es un bien común de la humanidad. No es propiedad del Estado ni de particulares*”¹²⁷.

Este planteamiento lejos de parecer obsoleto, hoy en día es fácilmente identificable en la actualidad. Han pasado cerca de 27 años desde que surgiera el informe *Mac Bride*, y otros diversos textos, abordando este problema, y la vigencia de estos planteamientos aún son validos. Tomando propiamente para el esquema de radio en nuestro país, una hegemonía nacional de los medios de comunicación masiva, de parte del oligopolio comercial, por sobre las radios permisionadas o

¹²⁵ **Calleja Aleida, Solís Beatriz**, “Con Permiso La radio comunitaria en México”, AMARC México, AMEDI, CMDPDH, Fundación Friedrich Ebert-México, 2005. Pág. 67-72

¹²⁶ **Mc Bride, Sean** “*Un sólo Mundo Voces Múltiples comunicación e información en nuestro tiempo*” Pág.56 FCE1987

¹²⁷ **Pía Matta, María**, “*Proyecto político de las radios comunitarias en América Latina*”, artículo hecho en Santiago de Chile ver: www.amarc.org 2004

independientes de las cuales son las menos “(...) *hay que mirar hacia dentro, hacia nuestras comunidades rurales y centros urbanos, a fin de estudiar el carácter de las experiencias populares de diverso tipo y saber como son y como funcionan sus canales y redes autónomas de comunicación.*”¹²⁸

Esta investigación desea rescatar el concepto de *comunicación alternativa*, pues consideramos que aún es aceptable manejar la tesis de la desigualdad en los flujos de la comunicación, en este caso, adaptada a la realidad nacional y a la desigualdad entre los medios dominantes, los comerciales y las demás propuestas radiofónicas como las radios comunitarias, universitarias, etc. “(...) *ya no puede verse únicamente como respuesta a las estructuras transnacionales, sino también como la manifestación de la persistencia de ciertas expresiones culturales(...)*” *la importancia de la praxis como fuente de la conciencia colectiva*”.¹²⁹

Lo alternativo, no debe verse como un objeto sino como proyectos que se encausan, al uso de un medio y la participación de la sociedad o la comunidad, en su creación, rescatando lo popular y lo cultural, lo propio de cada zona o región, en contra de homogeneizar el cuadrante, es decir, que “*lo alternativo no debe quedarse en algo abstracto, en utopía, sino en algo evaluable social y culturalmente, de lo contrario se quedará en mera ilusión y especulación. Por tanto habrá que examinar verdaderas prácticas alternativas*”¹³⁰.

Algunos de estos proyectos y prácticas de radio alternativa son los que resultan de interés especial para esta investigación. Las radios que han sido creadas y mantenidas en el seno de las aulas de estudio, por alumnos y maestros, en

¹²⁸ **Simpson, Máximo** (comp.) “*Comunicación alternativa y cambio social*” Editorial La red de Jonás 1986, Pág. 46

¹²⁹ ídem Pág.47

¹³⁰ **Cebrián Herreros, Mariano** “*Globalidad comunicativa de la solidaridad y defensa del ciudadano frente a los poderes mediáticos*”, en revista de comunicación latina enero – febrero 2003 año 6, numero 53 ver: www.comminit.com/la/tendencias/lact/tendencias-20.html 2004

particular el caso de las universidades públicas y privadas que llevan la carrera de comunicación, pues es un rasgo común entre la juventud esta inquietud por crear modelos alternativos de comunicación, que representen más la identidad cultural y las características de la población donde surgen, o de su entorno universitario¹³¹. No se tomarán en cuenta las radiodifusoras universitarias que forman parte del cuerpo institucional de la universidad.

De esta manera, en la mira de los estudios de la comunicación alternativa observamos los procesos de construcción de la *radio universitaria estudiantil*, desde sus emisores, que bajo esta perspectiva son emisores/ receptores, puesto que se involucran en el proceso productivo del medio de comunicación y a la vez son receptores y se retroalimentan desde su posición como escuchas y en su contacto próximo con los miembros de la comunidad universitaria y la sociedad. Intentaremos construir teóricamente e investigar prácticamente a los sujetos / objetos de investigación.

Es decir:

- 1) *Su proceso de selección del medio.*
- 2) *La creación de su discurso.*
- 3) *La propuesta de identidad particular.*
- 4) *Su posicionamiento social.*
- 5) *La retroalimentación participativa y /o convencional.*
- 6) *Su visión a futuro como medio y su alcance.*

¹³¹ “La decodificación crítica de los movimientos urbanos (...) la necesidad de indagar acerca del estatuto teórico y del valor político de las organizaciones y movimientos ciudadanos, entre cuyos rasgos comunes cabría señalar la práctica de sistemas de autogestión y la propensión a la acción directa, con lo que se contribuye a gestar una racionalidad alternativa, que no es simple producto lógico sino praxis social concreta.” **Esteva, Gustavo**, citado en: **Simpson, Máximo** (comp.) “Comunicación alternativa y cambio social” Editorial La red de Jonás 1986, Pág. 49

1.6 La radio en México y su legislación pro-oligopolios.

“...la legislación no debe ser emanación de una voluntad política, sino convenio racional.”

J. Habermas

En México en los albores de la radiodifusión se carecía de una legislación al respecto, únicamente se tenía la Ley de Comunicaciones Eléctricas emitida el 26 de abril de 1926 por el gobierno del Gral. Plutarco Elías Calles, que en su artículo 12 se leía: *“las transmisiones radiofónicas no deben atentar contra la seguridad del Estado, ni atacar en forma alguna al gobierno constituido”*¹³². Pero ya existían radiodifusoras comerciales la CYO, la CYR y la CYS esta última perteneciente a la compañía *General Electric*.

En 1929 durante la Conferencia Internacional de Telecomunicaciones en Washington DC, se le asigna a México las siglas XAA hasta la XPZ. La Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas (SCOP) decide distribuir los indicativos de llamada: XA, servicios de radiocomunicación para aeronaves; XB, servicios generales; XD y XF, telegráficos; XC, servicio marítimos; y **XE**, radiodifusión. Como consecuencia del ajuste, las radiodifusoras tienen que cambiar nuevamente sus indicativos de llamada.¹³³

Más tarde al avanzar el tiempo y al irse consolidando la radiodifusión en el país y convirtiéndose en un lucrativo negocio, la forma de expedir los permisos de transmisión se cambia por una de concesiones en 1931, estas son de tipo comercial que enajenan un bien de la nación, y las concesiones se otorgan ¡con plazos de 50 años!, para estimular la inversión en esta área. En 1933 se establece

¹³² **Mejía Barquera, Fernando** “Historia mínima de la radio mexicana (1920-1996)” en: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/FMB/foromex/historia.html> 2004

¹³³ ídem

que el Estado tiene derecho a tiempos oficiales, donde se transmitirán los anuncios del gobierno. La XEW fue la primera en conseguir que la radiodifusión fuera un negocio altamente lucrativo: *“al poseer los recursos económicos, los contactos(...) y la organización necesaria”*¹³⁴

El 1 de enero de 1937 inicia sus operaciones el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP), organismo que tiene a su cargo el diseño y la ejecución de la política de comunicación social del gobierno mexicano. Entre las facultades otorgadas al DAPP están la de *“dirigir y administrar las estaciones radiodifusoras pertenecientes al Ejecutivo --con excepción de las que dependen de la Secretaría de Guerra y Marina”—*(y la de) *“supervisar y reglamentar la propaganda y publicidad hecha por medio de radiodifusoras comerciales y culturales establecidos en la República”*¹³⁵ En 1937 el 14 de junio nace radio UNAM siendo ésta, la primera radiodifusora universitaria en el país la XEXX, ahora XEUN¹³⁶.

En los años cuarenta aparecen las primeras grandes cadenas radiofónicas en México, una de las primeras (1941) es la de “Radio Programas de México” (RPM) de Emilio Azcárraga y Clemente Serna Martínez, que para 1950 tenía más de 92 estaciones afiliadas en el país¹³⁷ Ésta se hizo mas poderosa y creció gracias a los avances tecnológicos como la grabación en acetato de los programas con comerciales, para su retransmisión en “cadena” en diversas partes del país y creció y gano aún más, (la red de radiodifusoras) con la llegada de la cinta magnética en 1952¹³⁸. (no profundizaremos más en este punto)

¹³⁴ **Mejía Barquera, Fernando**, *“La industria de la radio y la televisión y la política del Estado Mexicano (orígenes y desarrollo)”* México, el autor, 1981, pág. 87.

¹³⁵ **López González, Rafael** *“Departamento Autónomo de Recursos y publicidad (DAAP) La experiencia del Estado Cardenista en políticas estatales de comunicación 1937-1939”* El autor México 2002 Pág. 110-123

¹³⁶ Aceves, Francisco et al, *“Radiodifusión regional en México, Historias programas, audiencias”* Editado por la. U. de G. Pág. 95

¹³⁷ **Mejía Barquera, Fernando**, *“La industria de la radio y la televisión y la política del Estado Mexicano (orígenes y desarrollo)”* México, el autor, 1981 Págs. 92-106,

¹³⁸ ídem Págs. 96

En 1942 se promulga el Reglamento de Estaciones Radiodifusoras Comerciales, de Experimentación Científica y de Aficionados que, entre otras disposiciones, establece que *“cada anuncio comercial debe durar como máximo, dos minutos y que por cada anuncio difundido debe intercalarse un número musical o de otra índole”*; reitera la prohibición de difundir "franca o veladamente" asuntos de carácter político o religioso, así como ataques de "cualquier tipo" al gobierno. El reglamento, asimismo, autoriza la publicidad grabada y permite las transmisiones en idiomas extranjeros, siempre y cuando fueran autorizadas por la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas.¹³⁹

La tecnología de la Frecuencia Modulada (88 a 108 megahertz) llega a México en 1949, con las primeras transmisiones de prueba de la XHFM “Radio Joya” y se le asigna el 94.1 FM. El desarrollo del FM en el país es lento y es hasta mediados de la década de los sesentas y principios de los setentas que toma auge y se convierte en “un negocio rentable” para los concesionarios.

En principios de los sesentas también llega una nueva forma de operación a la radiodifusión mexicana. Antes, la producción de programas en vivo y los melodramas imperaban junto a los programas de música con artistas en vivo, el empleo de las grabaciones era mínimo, pero a partir de la década de los sesentas este modelo comenzó a cambiar y los concesionarios de la radiodifusión comienzan a convertir las radiodifusoras en “disqueras”, es decir, en el llamado método “California” que son una sucesión de canciones con anuncios comerciales y una casi nula participación de los locutores, más que para anunciar los nombres de las canciones y los artistas que las interpretan.

Las grandes cadenas llegan a la década de los sesentas con un espectro enorme de radiodifusoras que tienen en su control a lo largo del país, por donde

¹³⁹ ídem

retransmiten sus anuncios comerciales de manera local o nacional, permitiéndoles obtener un margen de ganancias enorme con los anunciantes, obteniendo a su vez gran poder político y económico, que formaría los grupos radiofónicos que actualmente controlan la radio en México.

En 1960 aparece la Ley Federal de Radio y Televisión, la cual, establece el régimen de concesiones y permisos, las concesiones pueden hacer uso comercial y con fines de lucro de la radio, los permisos no, y dentro de estos se encuentran las escuelas radiofónicas, las radios experimentales, oficiales y culturales.

Aunque esta ley, “pretende parecer incluyente” realmente está diseñada en beneficio de los concesionarios¹⁴⁰, ya que las frecuencias del cuadrante son designadas por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y de la Secretaría de Gobernación pero con un carácter “discrecional”, es decir, que las secretarías deciden con base a su criterio quien obtiene permiso o concesión y quien no¹⁴¹. Esto genera una democracia fraudulenta, ya que los medios siguen siendo manejados como en las dictaduras, por disposición del alto mando, en vez de ser una decisión del legislativo o de un cuerpo desconcentrado y autónomo dirigido por la sociedad, un “*IFE de la comunicación*”¹⁴².

¹⁴⁰ “Mediante el gobierno legal que se ejerce sobre el medio, el dueño obtiene la facultad de orientar la función cultural que desempeñan estos hacia el fortalecimiento y la reproducción de sus intereses económicos, políticos y culturales, que por lo común coinciden con los intereses que movilizan a la clase en el poder” **Esteinou, Javier** “La utopía de la comunicación alternativa en el aparato dominante de la cultura de masas” en: **Simpson, Máximo** (comp.) “Comunicación alternativa y cambio social” Editorial la red de Jonás Pág. 75

¹⁴¹ Esto, debido a que el Presidente de la república tiene el control sobre el destino de las concesiones, ya que en el artículo 27 le concede estas atribuciones por ser “el espacio aéreo propiedad de la nación”. Esto le da un carácter discrecional, ya que una sola persona es la que tiene el poder de decisión; además de que el congreso no tiene atribuciones en materia de radio y televisión, ya que no está incluido el rubro en el artículo 73 de la constitución. Para poder reformar esto y crear medios más democráticos y de servicio público, es necesario que las atribuciones de estos artículos pasen al artículo 3º de la constitución, y que el artículo 6 se divida en dos uno para la libertad de expresión y una fracción séptima para el derecho de la información, pudiendo así legislar en materia de contenidos radiofónicos y televisivos. Información obtenida de la mesa: “*Situación actual y perspectivas del marco jurídico y político de la radio y la televisión de servicio público. Revisión de los contextos jurídico y político y propuestas legales de actuación*” sustrato de comentarios del **Dr. Porfirio Muñoz Ledo**, en el segundo congreso internacional “*Los medios públicos de cara a la democracia*”, México D.F. 28 de Septiembre de 2005.

¹⁴² Ídem

Por otra parte, las normas técnicas aplicables a las estaciones concesionarias son las mismas que rigen a las permisionadas, poniendo fuera del alcance de los radioaficionados, o el público en general, la posibilidad de poder realizar experimentación o de tener una estación cultural, o escuela radiofónica, si no se tienen ciertos recursos y requisitos estipulados en esta ley, que remite a la norma oficial mexicana (NOM)¹⁴³. Esto realmente beneficioso para las empresas que tienen los recursos necesarios y así pueden acaparar los espacios del cuadrante. Por ejemplo en 1977 la tasa anual de crecimiento de la radio en AM, fue del 1.2%¹⁴⁴. Así después de 80 años de existencia de la radio en México y a 44 años de la legislación vigente de radio y televisión el Estado mexicano sólo otorgó un permiso para una radio comunitaria¹⁴⁵.

En la década de los sesentas y setentas en México las radios no comerciales que más crecieron fueron las radios estatales regionales y las universitarias. Y a finales de los setentas y principios de los 80 y 90 las indigenistas del Instituto nacional indigenista (INI) con carácter comunitario pero con la estructura gubernamental del Estado mexicano.¹⁴⁶ Aunque su tasa de crecimiento no es equiparable con la de las radios comerciales. Esto podría atribuirse a la política de intervención en la creación de medios y en los medios de comunicación por parte del Estado que fue propuesta e implementada desde el gobierno del Ex presidente

¹⁴³ Por ejemplo para el caso de las radiodifusoras en FM, se debe contar con un transmisor principal, transmisor de emergencia y transmisor auxiliar, esto eleva los costos de operación, además de los estudios necesarios para poder cumplir con los requisitos de polaridad, zona de cobertura y otros más que son planteados en la norma oficial mexicana. Ver: Norma Oficial Mexicana NOM-02-SCT1-93.

¹⁴⁴ **Trejo Delarbe, Raúl** “Prologo” en “*Perfiles del cuadrante*” editorial Trillas, Pág. 11

¹⁴⁵ **Calleja, Aleida, Solís Beatriz**, “Con Permiso La radio comunitaria en México”, AMARC MÉXICO, AMEDI, CMDPDH, Fundación Friedrich Ebert-México, 2005. Pag. 62

¹⁴⁶ **Quezada Edmundo, Toussaint Florence**, INI en “*Perfiles del cuadrante*” editorial Trillas: Págs. 65-6, 81 y 88.

Luis Echeverría y seguida por el sexenio de José López Portillo¹⁴⁷, en búsqueda de una “democratización de los medios” y que hasta hoy es poco visible en números.

Actualmente del total de las radios permisionadas, el 80% pertenece a los estados, mientras que sólo un 18% pertenece a las universidades, y el resto a radios comunitarias y ciudadanas, actualmente hay 11 radiodifusoras comunitarias que apenas han recibido su permiso¹⁴⁸. Estos permisos obtenidos, gracias a la colaboración y asesoría de la AMARC México. Hay que aclarar que fueron otorgados después de una larga y complicada serie de disposiciones legales y requisitos excesivos, que inclusive les obligo a interrumpir sus transmisiones y con esto desatender las necesidades de comunidades alejadas, donde muchas veces este es su único medio de comunicación¹⁴⁹.

Es en esta desigualdad de oportunidades de tener medios de comunicación en las manos de los ciudadanos de cualquier parte del país¹⁵⁰, es que aparecen diversos intentos tanto de universidades como de comunidades y grupos sociales de obtener la oportunidad de tener una frecuencia y poder emplear su derecho a la libre expresión.

Estos intentos comienzan en la década de los setentas y ochentas (aunque aún continúan en la actualidad) cuando la discusión al respecto de esta desigualdad en

¹⁴⁷ **Mejía Barquera, Fernando**, “La industria de la radio y la televisión y la política del Estado Mexicano (orígenes y desarrollo)” México, el autor, 1981 Págs.733-769.

¹⁴⁸ Información obtenida de comentarios del Senador Javier Corral, en el segundo congreso internacional “*Los medios públicos de cara a la democracia*”, de la mesa: “*Situación actual y perspectivas del marco jurídico y político de la radio y la televisión de servicio público. Revisión de los contextos jurídico y político y propuestas legales de actuación*” México D.F. 28 de Septiembre de 2005.

¹⁴⁹ **Calleja, Aleida, Solís Beatriz**, “*Con Permiso La radio comunitaria en México*”, AMARC MÉXICO, AMEDI, CMDPDH, Fundación Friedrich Ebert-México, 2005. Págs. 73 – 133.

¹⁵⁰ “*La creación cultural subsiste dentro de la sociedad, pero su presencia en la comunicación de masas se hace cada vez más escasa y problemática. Los medios de comunicación pueden sobrevivir sin ella. Estos, al dar incentivos a la creación en serie, quitan espacio y van destruyendo las posibilidades de creación original y desarrollo cultural auténtico.*” Portales Diego, “*Perspectivas de la comunicación alternativa en América Latina*” en: Simpson, Máximo (comp.) “*Comunicación alternativa y cambio social*” Editorial la red de Jonás Pág.91

el flujo de la información, y los planteamientos sobre la hegemonía de los medios estaban en boga, por esta distribución oligópica de los flujos de información, establecida por el control de las agencias noticiosas como la *UP* y *AP*, *Reuters*, por mencionar algunas y su división del mundo en zonas de distribución y cobertura de noticias, basadas en sus propios intereses, y de cómo este “*imperialismo cultural*” se daba sobre “*los pueblos subinformados*” como los de América Latina, sumergidos en esta estructura transnacional de la comunicación¹⁵¹.

También estaba (y está) el problema del acaparamiento del espectro radiofónico mundial (y en México), que estaba prácticamente bajo el monopolio de los países industrializados en detrimento del tercer mundo. La delegación norteamericana, bajo el principio del *primero en llegar, primero en servirse*, se oponía a esta redistribución, esto planteado sin éxito, al tocar el tema en la Conferencia Administrativa Mundial de Radiocomunicaciones (CAMR), celebrada bajo los auspicios de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) en 1979¹⁵².

Si bien es cierto que en la legislación del Estado Mexicano las concesiones y permisos de radiodifusión sólo pueden ser otorgados y manejados por mexicanos¹⁵³, el contenido musical, el enfoque y la forma que se le da a los programas radiofónicos así como a la barra musical son de una clara corriente transnacional, tanto en el ámbito comercial como en el cultural (los contenidos no escapan a la fórmula “*California*”: música continua con comentarios alternados de un locutor o DJ, música que viene de las compañías fonográficas como *Sony*, *Polygram*, *Universal*, *EMI*, etc., y en el ámbito cultural o de radio estatal, la retransmisión de la *BBC*, o programas íntegramente copiados, siguiendo este modelo)

¹⁵¹ **Mattelart, Armand** “*Comunicación Mundo*” Editorial Siglo XXI, Pág. 247-249.

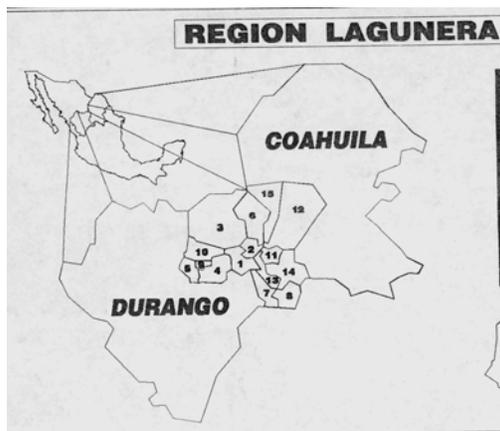
¹⁵². Ídem 245-246

¹⁵³ Ley Federal de Radio y Televisión, título tercero, capítulo primero artículo 14 y capítulo segundo, artículo 31 párrafo IV.

Además de la similitud de los estilos, se termina por una homogeneización de los contenidos y los géneros radiofónicos que existen como oferta en el medio, y la agenda es establecida por estos (esto por que grupo limitado u oligopolio realizan productos similares) y por la interacción entre los mismos medios, se genera un interés del paradigma de la espectacularidad, el buscar la primicia, “la nota” o transmitir “la canción del momento”, -generalmente la misma que puso el competidor, y que le fue asignada por las disqueras- que generó “*raiting*” elevado, con fines de promoción de la estación y así elevar sus ventas. El fin social de la radio es dejado a un lado, y patéticamente definido como noticieros burdamente recreados a imagen y semejanza de los modelos extranjeros, y que sólo informan para mantener las concesiones, con la premisa de que están “al servicio de la ciudadanía”, siendo que esto no se cumple de forma cabal.

Después de este planteamiento podemos vislumbrar que es necesario, e indispensable contribuir al estudio de estas manifestaciones comunicativas, que se gestan en las comunidades, en el campo, en los centros urbanos e inclusive como en este caso en las aulas de estudios universitarios. Investigaciones que nos abrirán el panorama de este tipo de manifestaciones alternativas que nacen y se desarrollan, en aquellas lejanas regiones del norte, lejanas geográficamente, pero cercanas en propuestas, necesidades e intereses sociales. En este caso el estudio de un centro metropolitano de importancia en el noreste de la republica mexicana, con un largo camino en la historia, en los medios de comunicación, la industria y sobre todo en factor humano como generador de desarrollo regional: *La Comarca Lagunera*.

Capitulo Segundo: La Comarca Lagunera



*“Vengo de la tierra donde cada
ciudadano es un labrador,
cada labrador un soldado,
y cada soldado un héroe”.*

Miguel Ramos Arizpe

Como Comarca Lagunera, se designa a la zona geográfica comprendida por 15 municipios de dos estados de la república mexicana, Durango y Coahuila, siendo **Durango** el mayor territorio con 2, 585,630 hectáreas, distribuidas en 10 municipios: *Lerdo, Gómez Palacio, Mapimí, Nazas, Rodeo, Tlahualilo, Simón Bolívar, San Juan de Guadalupe, San Luis del Cordero y San Pedro del Gallo y Coahuila* con 2, 203,120 hectáreas comprendidas en 5 municipios: Matamoros, San Pedro, Torreón, Francisco I. Madero y Viesca¹⁵⁴.

La Comarca Lagunera como *entidad histórica vertebrada por los ríos Nazas y Aguanaval*¹⁵⁵, puede remontar su pasado arqueológica y sociológicamente desde la época de la conquista hasta nuestros días. Etnográficamente se ubica a la región desde 1600, esto a partir de datos escritos por viajeros, militares y personajes locales, así como por historiadores locales desde 1800¹⁵⁶.

¹⁵⁴ Datos publicados en el año 2000 por la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, delegación en la Región Lagunera, Coahuila Durango.

¹⁵⁵ **Enríquez Terrazas Eduardo, García Valero José Luis**, “Coahuila una historia compartida” Editado por Instituto de investigaciones Dr. José María Luis Moras. México 1985, Pág. 141

¹⁵⁶ **Mazcorro Velarde, Elvira, et al** “La producción agropecuaria en La Comarca Lagunera (1960-1990)”, editado por la Universidad Autónoma Chapingo. 1992. Pág. 11

La producción en la comarca era eminentemente agrícola al principio debido a las características de su hidrografía, con ríos estacionales o de "venida", que propiciaba su explotación a gran escala, aunque eso también marco la disputa por sus aguas, o "el asunto del Nazas" como le llegaron a llamar las autoridades.

Gracias a las crecientes cosechas, al impacto de la entrada del ferrocarril, el surgimiento y desarrollo de Torreón, el notable crecimiento de la industria local alrededor del algodón y sus derivados y la expansión comercial, permitió que en se creará un suceso histórico e insólito: *"el surgimiento y consolidación de un área económica moderna que por su dinamismo muy pronto se desfasó del resto del estado y del país"*¹⁵⁷ Por ejemplo el peón en La Comarca Lagunera era asalariado y se fue convirtiendo en un nuevo tipo de "peón moderno" pues nunca tuvo tierras ni sufrió despojo de nada y con uno de los salarios mas altos del país, además de gozar de una tienda de raya que no le mantenía trabajando de por vida, al no haber servidumbre por deudas¹⁵⁸.

Por los años de 1890 la expansión industrial se localiza en Torreón y en Gómez Palacio, al cruzar por Torreón el ferrocarril central y el internacional, lo que le dio un crecimiento aún mayor, metidos en *"una dinámica urbana- industrial extremadamente polarizada que caracterizara en adelante el desarrollo regional"*¹⁵⁹.

En La Comarca Lagunera el cultivo principal fue el algodón, pero también la minería, la agricultura de básicos (maíz, frijol, calabaza, etc.) Para principios de siglo XX La Comarca Lagunera era un emporio industrial y agrícola, contaba con cerca de 12 bancos entre locales y nacionales, fabricas de hilados, empresas

¹⁵⁷ **Enríquez Terrazas Eduardo, García Valero José Luis**, "Coahuila una historia compartida" Editado por Instituto de investigaciones Dr. José Maria Luis Moras. México 1985, Pág. 144

¹⁵⁸ ídem Pág. 145

¹⁵⁹ **Mazcorro Velarde, Elvira, et al** "La producción agropecuaria en La Comarca Lagunera (1960-1990)", editado por la Universidad Autónoma Chapingo. 1992. Pág. XIV

telefónicas, molinos de trigo, despepitadoras, fábrica de hielo y de cerveza y más de 116 mil habitantes¹⁶⁰.

La Comarca Lagunera además fue escenario importante de la historia de México, con la llegada del presidente Benito Juárez a la localidad de Matamoros, donde ocultó el archivo de la nación en su huida hacia el norte por la invasión francesa; así como también en la revolución, donde comenzaba sus "pininos" en la política local *Francisco I. Madero*¹⁶¹. Además que el general *Francisco Villa* durante el transcurso de esta confrontación tomó y recuperó la ciudad de Torreón Coahuila tres veces, por su valor estratégico militar. Y la firma del pacto de Torreón entre Venustiano Carranza y Francisco Villa.

La demanda de tierras que se gestó en la revolución fue satisfecha con el reparto agrario en 1936, esto fue significativo, consolidó y amplió el mercado regional, se aceleró el crecimiento (pero también la polarización del mismo) de los principales centros urbanos de la comarca, en especial Torreón que se constituyó en una de las ciudades más importantes del país. En la década de los cincuenta y sesenta, la economía en la comarca se diversifica y entran en operación la ganadería, las plantas pausterizadoras y embasamiento, así como la cría de sementales.¹⁶²

Actualmente La Comarca Lagunera se desarrolla económicamente en las siguientes áreas: industria textil y artículos metálicos (productos metálicos, autopartes y maquinaria), extractora de electricidad, de la transformación, de servicios, comercio, construcción, minería (cobre, oro, plata, plomo, fluorita y zinc), agricultura (el cultivo de la vid, los cultivos forrajeros como la alfalfa, avena, sorgo y maíz), comunicaciones y transportes, silvicultura, caza, pesca. Además se le

¹⁶⁰ **Enríquez Terrazas Eduardo, García Valero José Luis**, "*Coahuila una historia compartida*" Editado por Instituto de investigaciones Dr. José María Luis Moras. México 1985, Pág.145

¹⁶¹ ídem Pág. 180

¹⁶² **Mazcorro Velarde, Elvira, et al** "*La producción agropecuaria en La Comarca Lagunera (1960-1990)*", editado por la Universidad Autónoma Chapingo. 1992. Pág. XVII

considera de las mayores cuencas lecheras del País; el segundo lugar lo ocupa la ganadería¹⁶³.

La Comarca Lagunera actualmente es designada por las tres principales entidades dentro de las 15 que la conforman: Torreón, Gómez Palacio y Lerdo, siendo considerada ésta, el área metropolitana.¹⁶⁴.

La oferta cultural en La Comarca Lagunera es muy basta, en el municipio de Torreón encontramos 6 museos, 4 centros culturales, 16 bibliotecas a cargo del municipio, 3 teatros, (uno de ellos reconocido nacionalmente por su belleza arquitectónica el Teatro Isaura Martínez creado en 1930), y nueve galerías de arte, además de la oferta cultural que ofrece el Departamento Municipal de Cultura (con más de 538 eventos al año en diversos géneros teatro, danza, artes visuales, cine, ajedrez, literatura, etc.), en el CONACULTA (Consejo Nacional para la Cultura y las Artes) y el ICOCULT (Instituto Coahuilense de Cultura), encontramos también la oferta cultural, así como en las instituciones educativas de la región como la Universidad Autónoma de Coahuila, La Universidad Iberoamericana, La Alianza Francesa, entre otras¹⁶⁵, así como también los sitios turísticos y arquitectónicos de interés: como el casino de la laguna, el cristo de las Noas, la estación antigua del ferrocarril, el teatro Isaura Martínez, por mencionar algunos.

La mayor concentración de oferta cultural se encuentra en Torreón Coahuila, seguida de Gómez Palacio, pero debido al cambio de administración no se pudieron obtener datos por escrito al respecto, únicamente lo que aparece en su pagina de Internet, donde se ven 3 museos, un teatro, algunos "set" cinematográficos, diversos sitios turísticos y monumentos históricos de la ciudad como la catedral de Guadalupe, el hemiciclo a los niños héroes, entre otros.

¹⁶³ INEGI Ver: www.inegi.gob.mx 2004

¹⁶⁴ INEGI, "Anuario Estadístico de Coahuila de Zaragoza" Edición 2004, México. Pág. 321

¹⁶⁵ **Rosales Reyes Martha**, "Informe de la dirección municipal de cultura" Municipio de Torreón, 2004. Pág. 19

En el área deportiva se cuenta con equipos de fútbol soccer, de béisbol y de básquetbol de nivel profesional. Así como diversos sitios para practicar deportes de nivel amateur y semi profesional, como ciudades deportivas y clubes campestres, además de 4 campos de golf. Las universidades cuentan con sus respectivos equipos en deportes como el football americano, atletismo, natación, gimnasia, Tae kwon Do, soccer, por mencionar algunos.

En cuanto a vías de comunicación opera con el aeropuerto “*Francisco Saravia*” con tres aerolíneas en servicio: *Aeroméxico, Aerolitoral y Aerocalifornia*. El sistema carretero comunica con las principales ciudades del país y de Estados Unidos. El servicio de Ferrocarril opera regularmente como transporte de carga y almacén¹⁶⁶. Las centrales camioneras tienen salidas a todos los destinos importantes de la Republica Mexicana y del norte de Estados Unidos. El servicio telefónico corre a cargo de Telmex y los de larga distancia se lo disputa con Alestra y AT&T. En la telefonía móvil el servicio es prestado por las compañías *Telcel, Movistar, Nextel, Iusacell y Unefon*. El servicio de correos y los de mensajería funciona en todas las ciudades de la comarca (*UPS, Estafeta, Mex Post, etc.*)

La oferta educativa en materia de educación superior se concentra en 2 ciudades Torreón y Gómez Palacio, aquí encontramos 19 universidades, (dos más por entrar en funciones *Universidad Tec Milenio y Universidad del Valle de México*, y una en planeación en la ciudad de Lerdo, la Universidad Politécnica de la laguna) hay 23 escuelas técnicas (aquí sí entra Lerdo) y 7 institutos de investigación.¹⁶⁷ En La Comarca Lagunera de Coahuila, por ejemplo se cuenta con un universo de 37,859 personas con escolaridad dividiéndose de la siguiente manera: la mayor parte de la población de 15 años de edad y más, cuenta con instrucción preescolar siendo ésta un 33.34%; un 33.73% cuenta con primaria completa, el 20.29% con

¹⁶⁶ INEGI ver: www.inegi.gob.mx 2004

¹⁶⁷ Información en FOMEC A.C. Ver en: www.investintorreon.com.mx ó www.fomec.org.mx

secundaria, un 8.3% con bachillerato, el 1.62% con profesional medio y un 2.76% con profesional¹⁶⁸.

2.1 Oferta Mediática en La Comarca Lagunera:

En cuanto a medios de comunicación, la radio siendo el medio que nos interesa en esta investigación será del cual hablaremos de manera más profusa, de la televisión y la prensa sólo se tomarán algunos datos básicos.

Prensa: Existen 3 periódicos en La Comarca Lagunera de importancia regional los tres enclavados en Torreón, el cual tiene el 21% de órganos de información escritos en Coahuila ocupando el tercer lugar estatal, ***El Siglo de Torreón*** (creado en 1922), ***La opinión*** (1917) -ahora *Opinión Milenio*- y el ***Noticias el Sol de la Laguna*** (1975) Los dos primeros se distribuyen en Durango, Zacatecas y Chihuahua¹⁶⁹.

Según las agencias especialistas en estudios de mercado *ACNielsen* y *Gallup* de México, comentan que: “*las tres ciudades tienen una tasa de lectura muy superior a la media nacional, el 86% de los habitantes mayores de 18 años lee el periódico*”.¹⁷⁰

Televisión: Existen actualmente 7 canales de Televisión Abierta:

¹⁶⁸ INEGI Ver: www.inegi.gob.mx 2004

¹⁶⁹ **Ewald, Irene y Carabaza Julieta** “*Historia de los medios de comunicación en Coahuila*” Editado por la UA de C Coordinación de estudios de postgrado 1992. Pág. 193

¹⁷⁰ “*El caso de Torreón, Gómez Palacio y Lerdo*” ver: <http://mx.geocities.com/rpgaby/> y <http://mx.geocities.com/rpgaby/cap5.htm> Marzo 2005

1. **Canal 2, XHIA-TV** los trabajadores se lanzaron a huelga en 1996 y la empresa reanudó labores bajo amparo en el 2000¹⁷¹. (Transmite contenido local y retransmite señal de canales de cable)
2. **Canal 4 de Televisa, XELN-TV**. (Retransmite el 5 del DF)
3. **Canal 11 de Televisa, XHO-TV**. (Retransmite el 2 del DF)
4. **Canal 9 de Multimedios estrellas de oro, XHOAH-TV**. (Transmite contenido local y de Monterrey)
5. **Canal 40 de Televisa, XHTOB-TV**. (Transmite contenido local y retransmite, canal 4 y 9 del DF)
6. **Canal 13 de TV Azteca, XHGDP-TV**. (Transmite contenido local y retransmite el canal 13 del DF)
7. **Canal 6 de TV Azteca, XHGZP-TV** (Retransmite el canal 7 del DF y contenido local)

Existe dos canales de televisión local por cable, uno de los cuales se logra ver de manera abierta en algunas ciudades y rancherías de la comarca (San Pedro de las Colonias y Tlahualilo), por cable a la capital del Estado Saltillo, al norte de la Republica (la frontera noreste) y la Unión Americana (Texas) y por satélite a distintas partes de la republica, aunque no se ve en Torreón Coahuila por disputas internas entre *Megacable* y *Raúl González Treviño*, antiguo dueño del sistema de cable local y actual accionista del mismo, al cual pertenece el canal en mención, es el canal **3 RGT**¹⁷².

El que actualmente hizo su aparición es el **canal 10 de megacable** que al parecer inicio sus transmisiones el lunes 29 de Septiembre de 2005.

Otro dato interesante es que no existe una Televisora que pertenezca al Gobierno del Estado de Coahuila que llegue a La Comarca Lagunera.

¹⁷¹ ídem

¹⁷² Información obtenida por entrevistas y pláticas, con los trabajadores de la empresa.

Existe el servicio de cable otorgado por dos empresas **Megacable y Ultravisión**, así como también televisión satelital **SKY**. El servicio de Internet es proporcionado por **Telmex, y Megacable** principalmente.

Radio: La historia de la radio en La Comarca Lagunera comienza en 1927 cuando se llevo a cabo el primer intento de transmitir por este medio, a manos de *Herman Hedrich*, de origen alemán, que instaló su radio en un local comercial llamado “*La casa Eléctrica*”. Dos años después, *Jesús Semental y Guillermo Wolf*, instalan un transmisor y emiten señal desde el edificio Chrysler, patrocinados por la “*Cervecería Sabinas*” de Lerdo, Durango. La radio como la conocemos nace en 1931 el 25 de septiembre a las 20:00 horas, la XETB “*Radiodifusora Río Nazas*” establecida por el señor *José A. Berumen*, dueño de la estación. En 1946 aparece concesionada ya como “*Radio Laguna*” y en manos de una sociedad anónima integrada por industriales de la región debido a que la concesión fue retirada en 1934¹⁷³.

La primer radiodifusora de FM surgida en la región fue la de XHPE 97.1 FM “*Estéreo Laguna*” el 5 de diciembre de 1975, ahora se le conoce como “*Estéreo Gallito*”. Llega a la historia de la radio, la primera radio cultural permitida en la comarca, XHTOR-FM *Radio Torreón* 96.3 MHz, perteneciente a la presidencia municipal, y que existe desde 1991¹⁷⁴.

Existen actualmente en La Comarca Lagunera 22 estaciones distribuidas de la siguiente manera: 15 estaciones en AM concesionadas y 7 en FM de las cuales una es permitida al municipio XHTOR 96.3 FM, y la otra al gobierno del Estado de Coahuila XHEON 97.1 FM. La información que fue enviada por SCT de

¹⁷³ **Camacho Hernández, Ana Patricia** “*Historia de los medios de comunicación en la laguna. Una Historia de vida*” Tesis el Autor UIA Torreón, Coahuila 2001. Pág. 33-34

¹⁷⁴ **Chong, Blanca** “*La radio en la laguna. Un estudio de audiencias*” el autor, UIA 1998 Pág. 73

Saltillo no contempla la estación del Gobierno en su gráfica, esta información fue sacada de la página de SCT¹⁷⁵.

Las estaciones existentes en La Comarca Lagunera son las siguientes:

Cuadrante de la radio FM en La Comarca Lagunera:

Distintivo	Frecuencia	Banda	Ciudad	Grupo/ Estación	Descripción
XHTRR	92.3 MHZ	FM	TORREÓN	MULTIMEDIOS RADIO S.A. de C.V.	Estación de Música tropical. “ <i>La caliente</i> ”. Pasan Partidos de fútbol del equipo local, y de béisbol.
XHCTO	93.1	FM	TORREÓN	MULTIMEDIOS RADIO S.A. de C.V.	Estación de música pop en español, balada y romántica. “ <i>Estéreo Hits</i> ” programas de música de “ <i>Pídela y dedícala</i> ”, noticieros y hay un momento de reflexión católico de la estación a las 6:00pm
XHMP	95.5	FM	TORREÓN	Grupo Radio Estéreo Mayran GREM (BRAULIO MANUEL FERNANDEZ AGUIRRE)	Estación de música Pop en Español y en ingles “ <i>95-5 sentidos</i> ”, “ <i>Noticieros GREM</i> ” y “ <i>Actualidades GREM</i> ” sus mas conocidos

¹⁷⁵Portal SCT Ver:

<http://portal.sct.gob.mx/SctPortal/appmanager/Portal/Sct? nfpb=true& pageLabel=P28002> 2005

					programas locales. Cápsulas de historias de <i>Catón</i>
XHTOR	96.3	FM	TORREÓN	RADIO TORREÓN MUNICIPAL (permisionada)	Estación cultural del municipio, con programas variados, para niños, y adultos, música clásica, rock, pop, música clásica ocasional y jazz, etc. Programas locales juveniles " <i>De este lado</i> " y uno de la Universidad autónoma de la laguna " <i>Lobo Universitario</i> ", el más famoso el programa musical, " <i>El club del sargento pimienta</i> ". La maneja el municipio.
XHPE	97.1	FM	TORREÓN	Grupo Radio Estéreo Mayran GREM (LUIS DE LAROSA CORDOVA)	Estación de música Norteña y Mexicana, ranchera, banda, mariachi. " <i>Estéreo Gallito</i> " Noticieros locales entre ellos " <i>el mundo a tiempo</i> ", " <i>El comentario GREM</i> ", Programa musical " <i>El</i>

					<i>palenque de Vicente Fernández'y "Pico de Gallo"</i>
XHEON	97.9	FM	TORREÓN	GOBIERNO DEL ESTADO DE COAHUILA	Estación de corte cultural y de divulgación del gobierno del Estado, transmite música variada folklórica, clásica e instrumental, rock en ingles y español, pop en español, balada, danzones, etc. Programas " <i>redes internas</i> ", cápsulas de información del Gobernador.
XHEN	100.3	FM	TORREÓN	MULTIMUNDO DE TORREÓN S. A de C.V. (la estación se identifica como KISS FM únicamente)	Estación de Música Pop y rock en Ingles. Programas enlazados en ingles, " <i>100 TOP Chart</i> " programas locales, como " <i>Digestivo</i> " de política, y musicales, Actualmente se llama la estación " <i>KISS FM</i> "

(a)XHR CA	102.7	FM	TORREÓN	Organización Impulsora de radio OIR, (se anuncia como grupo radio México)	<i>“El planeta”</i> Música de pop en español e ingles, rock, románticas, rancheras, reggeton, rap, etc. Programa Infantil de canciones.
(b) XHLZ	103.5	FM	TORREÓN	Organización impulsora de radio OIR (PROMOTORA RADIOFONICA DE LA LAGUNA, así aparece en SCT)	<i>“La Z salvajemente grupera”</i> Música grupera, ranchera y norteña. A las 12 del medio día un momento de reflexión católico.

Cuadrante de AM en La Comarca Lagunera:

Distintivo	Frecuencia	Banda	Ciudad	Grupo/ Estación	Descripción
XETJ	570 KHZ	AM	GÓMEZ PALACIO	XETJ S.A. de C.V (Pertenece a Radiorama de la Laguna)	<i>“Éxtasis Musical”</i> noticiero encadenado a México. Programa local sobre los Beatles, Noticiero local a medio día. Programa <i>“Enfoque”</i> Pero encadenada en la noche a México.

XEDN	600	AM	GÓMEZ PALACIO	DIFUSORAS DEL NORTE S.A. de C.V.	Estación de música mexicana, ranchera, corridos, etc. <i>“La mexicana”</i> Programa musical <i>“La hora del Corrido”</i> , <i>“La hora de los inútiles-Paquita la del barrio”</i> , <i>“La hora de los Fernández”</i> Programación de inserción pagada sobre temas esotéricos casi todo el día, del grupo internacional <i>“La esperanza”</i> , <i>“Hermanos Salomón”</i> . Noticiero regional y nacional <i>“Nuestras noticias”</i> .
(*) XETOR	670	AM	GÓMEZ PALACIO	Organización impulsora de radio OIR (PROMOTORA RADIOFONICA DE LA LAGUNA S.A. de C.V.)	Estación de música ranchera y corridos, <i>“Radio ranchito”</i> . programas musicales <i>“La hora de Vicente Fernández”</i> , <i>“Los 3 inmortales Pedro infante, Javier Solís, José Alfredo Jiménez”</i> , <i>“Rancheras y norteñas”</i>

					<i>del recuerdo</i> Noticieros locales y algunos programas esotéricos del grupo <i>“La esperanza”</i>
XELZ	710	AM	TORREÓN N	Organización impulsora de radio OIR (PROMOTORA RADIOFONICA DE LA LAGUNA S.A. de C.V.)	Repetidora de <i>“La Z salvajemente grupera”</i> de FM
(**) XEQN	740	AM	TORREÓN N	CADENA REGIONAL RADIO FORMULA S.A. de C.V.(EMILIO NASSER HAMZE)	Repetidora de radio formula, noticieros únicamente.
XEGZ	790	AM	GÓMEZ PALACIO	Radorama de la laguna (XEGZ S.A. de C.V.)	Repetidora de la <i>“W”</i> de México, a la 1pm Noticiero regional.
XETC	880	AM	TORREÓN N	Grupo Radio Estéreo Mayran GREM (RADIO MAYRAN S.A. de C.V.)	Estación de música de rock y pop en ingles de los ochentas. <i>“Ocho-ochenta AM”</i> , <i>“La radio de contenido”</i> , Programa local <i>“Contextos”</i> , <i>“Actualidades GREM”</i> y Noticiero local y nacional de noche.

(***) XETAA XERCA	920	AM	GÓMEZ PALACIO	Organización impulsora de radio OIR (PROMOTORA RADIOFONICA DE LA LAGUAN S.A. de C.V.) -Se anuncia como Grupo radio centro-	Repetidora del 102.7 FM " <i>Planeta</i> ". Música en ingles y español, pop y rock " <i>Estéreo Joya</i> "
XEVK	1010	AM	GÓMEZ PALACIO	Radorama de la laguna (EMISORAS DE TORREÓN S.A.)	"La K buena" " <i>la estación que soñé</i> " Música ranchera, cumbia, norteñas y banda. Noticiero local y nacional a medio día. Programas de inserción pagada por grupos esotéricos " <i>la Esperanza</i> ", " <i>Hermanos Salomón</i> " y " <i>Hermanos Gregorianos</i> "
XEBF	1150	AM	SAN PEDRO COAH.	RADIO COAHUILA S.A.	" <i>Radio San Pedro</i> " (únicamente se escucha en el municipio de san pedro, de baja potencia), música norteña, corridos etc.

(****) XEWN	1220 1270	AM	GÓMEZ PALACIO	Organización impulsora de radio OIR (PROMOTORA RADIOFONICA DE LA LAGUNA – DIFUSORA DE GOMEZ PALACIO S.A.)	“ <i>El fonógrafo</i> ”, se une a la red nacional Radio centro y radio Red, Música de baladas, boleros, tríos, mambo, cha-cha-cha, Grandes bandas, Vals, Danzón, pasos dobles,
XETB	1350	AM	GÓMEZ PALACIO	Grupo Radio Centro (PROMOTORA RADIOFONICA DE LA LAGUNA S. A de C. V.)	“ <i>Radio Laguna</i> ”, Noticiero capitalino con “Sergio Sarmiento”, Programas “ <i>La tremenda corte</i> ”, Programa local “ <i>Dígalo sin miedo</i> ”, en cadena con radio centro DF. Música Balada, romántica.
XERS	1380	AM	GÓMEZ PALACIO	Radorama de la Laguna (RADIO 14 S.A.)	“Romántica 1380”, Música de balada romántica en español. Programa local “ <i>Desayúnatelos</i> ”, “ <i>Entre nosotros</i> ”- superación personal-, programas de inserción pagada de esotéricos grupo “ <i>La esperanza</i> ”.

(*****) XEYD	1410	AM	FRANCISCO I. MADERO COAH.	ALEJANDRO RODRIGUEZ MORAN	“Radio Madero” (Se escucha únicamente en el municipio de Francisco I.) Madero Coahuila, emisora de baja potencia música norteña, cumbia, etc.
XEBP	1450	AM	GÓMEZ PALACIO	Radorama de la laguna (LA VOZ DE LA LAGUNA S.A.)	“La bonita”, Programas de inserción pagada de iglesias cristianas que se transmite todo el día todos los días, la música que se pone es cristiana también, inclusive los comerciales son de corte cristiano de empresas de cristianos, bautistas en su mayoría.

Nota: En estas tablas se conjunta la información otorgada por la SCT Coahuila, donde nos informan las estaciones concesionadas y permisionadas en La Comarca Lagunera y con la información obtenida del portal de la SCT en el ámbito nacional sobre la infraestructura de estaciones AM y FM en la Republica Mexicana¹⁷⁶.

¹⁷⁶ Se destaca que existen discrepancias entre ambas tablas de información, que son señaladas como sigue:
 (*) 670 XETOR concesionada en Gómez Palacio Durango no aparece en el listado de SCT Nacional, el dato es proporcionado por SCT Coahuila.
 (***) 740 XEQN concesionada en Torreón aparece en el listado de la SCT Coahuila como concesionada a un particular “Emilio Nasser Hamze”, y en el Nacional aparece a nombre de “Cadena Regional Radio Formula”
 (***) 920 aparece como la XETAA en el listado de la SCT Coahuila y en el nacional como la XERCA.
 (****) XEWN aparece en el listado de la SCT Coahuila con la frecuencia asignada al 1220 Khz. AM y en el listado nacional aparece con la frecuencia asignada al 1270 Khz. AM.
 (*****) XEYD 1410 AM aparece en la lista de SCT Coahuila, no informa donde fue concesionada pero por el nombre atribuimos su procedencia a Francisco I. Madero Coahuila, y en el listado Nacional de la SCT no aparece.

Cabe hacer mención que la información sobre la descripción ha sido actualizada por esta investigación ya que estaban totalmente desfasada con la realidad actual de cada estación.

Dentro de las peculiaridades podemos observar que todas las estaciones de FM, están concesionadas en Torreón, y la mayoría de las de AM en Gómez Palacio Durango.

Asimismo son 5 grupos¹⁷⁷ los que manejan la actividad radiofónica de La Comarca Lagunera:

1. Organización Impulsora de radio (*OIR Laguna*)
2. Organización radiofónica de la Laguna (*Radiatorama*)
3. Grupo Radio Estéreo Mayran (*GREM*)
4. Multimedios Estrellas de Oro.
5. Corporación Multimundo (100.3, ahora Kiss FM)

Como hemos podido apreciar, *La Comarca Lagunera* es un centro metropolitano de importancia actual e histórica en el noreste del país, con una importante vida comercial, empresarial, académica y cultural y como tal merece ser estudiada, sobre todo en el ámbito de la comunicación, puesto que los investigadores dedicados a esta labor en La Comarca Lagunera se pueden contar con los dedos de una mano.

Este estudio en particular se referirá a las radios universitarias estudiantiles que surgen en La Comarca Lagunera, como ya se ha manifestado anteriormente, pondremos atención en los dos principales centros urbanos de La Comarca Lagunera: Torreón Coahuila y Gómez Palacio Durango, que cuentan con la mayor concentración poblacional siendo Torreón la mas densamente poblada con 529,

(a) y (b) No aparecen las radiodifusoras en los listados nacionales ni locales de la SCT. () Significa que es la información que tenia la SCT.

¹⁷⁷ **Chong, Blanca** “*La radio en la laguna. Un estudio de audiencias*” el autor UIA Torreón, Coahuila 1998 P. 70

512 habitantes (257,176 hombres y 272,336 mujeres) y le sigue Gómez con 273,315 habitantes (134,647 hombres y 138,668 mujeres) con un grado de escolaridad en promedio, de 9.22 años para la primera y de 8.11 años para la segunda¹⁷⁸, y estas ciudades que comparten tanto el puntero económico de la región como comparten la historia y las tradiciones, la industria y el comercio, el arte y la cultura, los ríos y el aeropuerto, así como los medios de comunicación que existen en la comarca, pero comparten entre sí lo más importante para este estudio, el total de las universidades que imparten la carrera de ciencias de la comunicación y similares: 5 en Torreón y 1 en Gómez¹⁷⁹.

2.2 Las Universidades a Estudiar.

Las universidades que tienen la escuela o facultad donde se imparte la carrera de ciencias de la comunicación, o ciencias de la información, comunicación organizacional o periodismo, a estudiar sobre las radios universitarias estudiantiles¹⁸⁰, tal y como se había mencionado anteriormente son las siguientes:

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de Coahuila (FCPYS), Universidad Iberoamericana (UIA), Universidad La Salle de la Laguna (ULSA Laguna), Universidad Autónoma del Noreste (UANE), Instituto Tecnológico Sierra Madre (Tec Sierra Madre) y Universidad Autónoma de la Laguna (UAL)

¹⁷⁸ Datos proporcionados por INEGI en Torreón.

¹⁷⁹ Hay que hacer notar que la Universidad Juárez del estado de Durango, que es la universidad pública, no cuenta con la carrera de ciencias de la comunicación o alguna similar en Gómez Palacio Durango ni en ninguna de las ciudades que conforman La Comarca Lagunera de Durango. Pero sí tiene radio universitaria en la capital del Estado.

¹⁸⁰ No existe una radio universitaria oficial de la UA de C, es decir una difusora que funcione como órgano activo de la Universidad, (en la unidad Torreón) con recursos y personal de la universidad, como el caso de Radio UNAM.

Veremos un pequeño esbozo histórico de cada universidad y de cuando entro en funciones la carrera de ciencias de la comunicación, para tener un antecedente, antes de comenzar a ver los estudios de caso, comenzaremos en ese orden.

Las universidades:

1) Universidad Autónoma de Coahuila (U. A. de C.), Facultad de Ciencias Políticas y Sociales(FCPYS)



La Universidad de Coahuila nace el 13 de marzo de 1957 por decreto del gobierno libre y soberano de Coahuila. El 31 de Mayo de 1960, se aprobó el escudo y el lema de la universidad: *"En el bien fincamos el saber"*. En 1973 el congreso del Estado de Coahuila le concede la Autonomía a la Universidad, con lo que cambia su personalidad jurídica y se le agrega la palabra autónoma. La Universidad Autónoma de Coahuila está distribuida en tres unidades académicas:

- **Saltillo**, conformada por 24 escuelas, facultades e institutos, ubicados en las ciudades de Saltillo y Parras de la Fuente.
- **Torreón**, la constituyen 17 escuelas y facultades e institutos establecidos en los municipios de Torreón y San Pedro de las colonias.

- **Norte**, integrada por 10 escuelas, facultades e institutos ubicados en Monclova, Nueva Rosita, Allende, Piedras Negras y Ciudad Acuña¹⁸¹.

En la unidad Torreón se encuentra la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, que nace el 4 de agosto de 1972 con la categoría de escuela, ofreciendo solamente la carrera de Administración Pública, en las instalaciones de la facultad de Derecho. El 26 de octubre de 1974 se dictamina su creación como escuela y se reubica en su actual dirección, en Blvd. Revolución y calle García Carrillo, e imparte también la Licenciatura en Sociología. El 17 de Octubre de 1985, se eleva su estatus a Facultad con la autorización de la Maestría en Desarrollo Regional.

En 1992 se implementa la carrera de Ciencias de la Comunicación¹⁸². Van en la 10ª generación de comunicólogos¹⁸³, y cada año desde la tercera generación se realizan las jornadas de la comunicación, evento académico donde se celebran conferencias, talleres y eventos académicos, culturales, sociales y deportivos. La carrera de comunicación tiene una matrícula anual aproximada de 250 a 300 aspirantes de donde se seleccionan únicamente 50 alumnos, por medio de un examen de colocación (*College Board*) Egresan alrededor de 20 a 30 alumnos por generación y van graduadas hasta 2005, 11 generaciones dando un total aproximado de 350 alumnos.

¹⁸¹ Fuente: Currículum Vitae de la Universidad Autónoma de Coahuila, oficina del abogado general Saltillo, Coahuila, documentos prestados por la Dirección de la FCPYS Unidad Torreón.

¹⁸² “30 aniversario de la FCPYS” artículo publicado en: *El Visor visión universitaria*, editado por la Coordinación Unidad Torreón año 1, número 3, Septiembre de 2002.

¹⁸³ Esto al semestre Enero-Junio del año 2005

2) *Universidad Iberoamericana Laguna (UIA Laguna)*



La universidad Iberoamericana Torreón es parte del sistema educativo de la Compañía de Jesús en México y de la Asociación de Universidades Confinadas a la Compañía de Jesús en América Latina. La filosofía educativa de la Universidad Iberoamericana se resume en su lema: *“La verdad nos hará libres”*. El plantel forma parte del sistema educativo UIA-ITESO, que tiene más de 53 años y que lo conforman los planteles siguientes: *UIA Ciudad de México, UIA León, UIA Puebla, UIA Tijuana, UIA Torreón, ITESO en Guadalajara.*

La UIA- Torreón se ubica en la Calzada Iberoamericana 2255, en la carretera a San Pedro, cuenta con cuatro departamentos académicos que reúnen una comunidad de profesores e investigadores con niveles de licenciatura y postgrado, áreas económico-administrativas, ciencias físico matemáticas, arquitectura y diseño y humanidades, con un total de 15 carreras entre ingenierías y licenciaturas y 4 maestrías.

La carrera de ciencias de la comunicación, se inserta en el área de humanidades y comienza al mismo tiempo que la universidad en 1982, aporta dos generaciones por año, y llevan hasta el momento 46 generaciones de egresados, alrededor de 500 alumnos.

3) Universidad La Salle de la Laguna (ULSA laguna)



La universidad La Salle Laguna está hermanada con las instituciones educativas lasallistas presentes en 86 países. En México ésta presente en 28 ciudades desde Quintana Roo hasta Baja California, en el ámbito universitario está en 13 diferentes plazas de la Republica Mexicana. Es una universidad de inspiración cristiana.

En la región lagunera, se localiza en Canatlán 150, en el Parque Industrial Lagunero, de Gómez Palacio Durango, la ULSA absorbe al Instituto Superior de Ciencia y Tecnología, A.C. (ISCYTAC) que naciera en 1974, como la primera y la única escuela privada en el ámbito superior en Durango, ofreciendo la carrera de Arquitectura y Psicología. En 1975 se integra la carrera de Ingeniería civil y la de Ciencias de la Información. Es en 1996 cuando se convierte en ULSA. Hasta el momento van 27 generaciones de egresados en la carrera de comunicación, con un total de 526 egresados. Ofrece un total de 9 carreras entre licenciaturas e ingenierías.

4) Universidad Autónoma del Noreste (UANE)



La Universidad Autónoma del Noreste (UANE) se instala en el año de 1977 como expansión de esta cadena de centros de estudios en La Comarca Lagunera el campus se instala en Torreón Coahuila, con la participación del profesor Higinio González Calderón, comenzando con una matrícula inicial de 333 alumnos y actualmente ésta llega a 3000. Actualmente se localiza en 5 hectáreas conocidas como Eriazo del norte, que el gobierno del Estado autoriza tomar en 1986.

Esta institución es privada y cuenta con un total de 8 campus: Saltillo, Piedras Negras, Monclova, Torreón, Múzquiz, Matamoros, Sabinas y Ciudad Juárez. Es una institución que busca combinar el estudio teórico y la experiencia práctica, con base a las necesidades de la zona. Inicia en el campus Torreón con las siguientes carreras: contabilidad, administración de empresas, administración de empresas turísticas, recursos humanos, mercadotecnia, diseño gráfico, ciencias de la educación, psicología, derecho, sistemas computacionales y por supuesto comunicación organizacional. Actualmente tiene bachillerato y estudios de Postgrado. El programa de comunicación organizacional fue cambiado a comunicación de medios. La carrera tiene 10 años en el plantel Torreón y anualmente la matrícula es de 40 alumnos, y aproximadamente van 400 ó 500 alumnos egresados, hasta el 2005.

5) Instituto Tecnológico Sierra Madre- Interamericana del Norte- (Tec Sierra Madre)



El Instituto Tecnológico Sierra Madre es una empresa de servicios educativos que ofrece estudios profesionales de nivel medio superior: preparatoria, licenciatura, ingenierías y maestrías, en las áreas económico administrativas y humanidades.

Se considera una institución particular con espíritu de superación.

El tecnológico Sierra madre pertenece y tiene el sistema de tetramestres de la Universidad Interamericana del Norte que nace hace 18 años, y que tiene 16 campus diferentes en la republica mexicana, incluido el campus Torreón, el cual actualmente se encuentra localizado en el edificio que está en Mariano Matamoros esquina con Ignacio Comonfort, el cual, abre sus puertas en el año de 1993, con 7 carreras: de administración, contaduría, sistemas de computación administrativa, mercadotecnia, derecho, ingeniería industrial y de sistemas y comunicación (con especialización en organizacional y publicidad, antes tenían periodismo pero fue dado de baja por falta de interés de los alumnos), y en 2003 amplía la matricula con las carreras de ingeniería en sistemas, ingeniería electrónica y automatización. Se han graduado alrededor de 800 alumnos hasta ahora, el promedio son de 150 graduados por año, en la carrera de ciencias de la comunicación.

6) Universidad Autónoma de la Laguna (UAL)



La Universidad Autónoma de la Laguna, su Asociación Civil y su Organización básica, nació en Diciembre 4 de 1988, con el apoyo de 2252 estudiantes, 210 maestros, 83 trabajadores y funcionarios, padres de familia y comunidad lagunera. En la misma fecha se formó el Consejo Directivo y se nombró Rector al Prof. Pedro H. Rivas Figueroa en diciembre 4 de 1988. El Consejo Directivo y el Rector integran la Comisión para formalizar la Universidad.

El Consejo Directivo y la Asamblea de Socios aprueban los Estatutos de la Universidad Autónoma de la Laguna, A.C. en Diciembre 18 de 1988. En Diciembre 21 de 1988 se solicitó a la Dirección General de Educación Pública del Estado de Coahuila el reconocimiento oficial de validez de estudios realizados en la Universidad Autónoma de la Laguna. En Julio 4 de 1989, la Dirección General de Profesiones de la Secretaría de Educación Pública, registra la Universidad Autónoma de la Laguna, a Fojas 150 del Libro 71-V, como Institución de Educación Superior autorizada para emitir Títulos Profesionales que pueden obtener Cédula para el ejercicio Profesional.

El Gobierno del Estado de Coahuila, por Acuerdo del Gobernador Constitucional, publicado en el Periódico Oficial del Estado número 74, Tomo CI, de fecha 16 de Septiembre de 1994, concedió a la UAL reconocimiento oficial de validez de estudios, al incorporarla al sistema educativo del Estado.

La Universidad autónoma de la Laguna (UAL) es una institución de educación superior comprometida con el sector productivo regional y nacional, dispuestos a participar en la búsqueda de soluciones a los problemas cotidianos, investigar sobre tópicos de ecología, bien social, y productividad. Su lema es: “*Vencimos al desierto, cultivamos el espíritu*”.

Tienen las carreras en las áreas de ciencias administrativas, ciencias e ingenierías y humanidades. Entre ellas comunicación-periodismo que surge en 1995. Se integra al año un grupo entre 12 y 20 alumnos, y aproximadamente van 400 alumnos hasta el 2005.

Metodología

El objeto de estudio fue: Las radios de la universidad pública y de las universidades privadas, universidades en donde se imparte la carrera de Ciencias de la Comunicación, Comunicación Organizacional, Ciencias de la Información y Periodismo. Radios internas, que operan u operaban, por ondas hertzianas (AM, FM, onda corta), por cable o por Internet.

Se hizo un estudio descriptivo e histórico de éstas, surgimiento y / desaparición, modo de transmisión, productores, políticas de producción y transmisión, barra programática, personal que integra o integraba la radiodifusora, así como los pioneros o creadores de las mismas, la producción generada por las emisoras, el contacto de éstas con la sociedad, tanto como con otras universidades. Además de un análisis de las radios con respecto al planteamiento teórico de la comunicación alternativa.

El estudio se realiza desde un pluralismo de métodos, donde se plantea una investigación empírica de corte etnográfico de *descripción densa*¹⁸⁴. Gracias a esta flexibilidad es posible utilizar diversas técnicas de acercamiento y herramientas analíticas sobre los objetos / sujetos de estudio de la “etnia universitaria”, ya que está más interesada la etnografía en los modelos socioculturales de la conducta humana¹⁸⁵.

En este estudio debido al reducido número de investigaciones dedicadas al tema referente y de investigadores interesados, es que fue necesario el crear un esquema metodológico propio, flexible e incluyente, que reconoce el objeto de estudio desde una dimensión “*compleja*”¹⁸⁶, intentando abarcar la mayor parte, o las más importantes variables que definen el universo de las radios universitarias estudiantiles, esto dentro de las posibilidades espacio-temporales de esta investigación.

Se procuró abarcar las principales características, situaciones, motivos, alicientes, contrariedades y problemas que se presentan en el nacimiento, creación y mantenimiento de estos experimentos comunicativos.

¹⁸⁴ Como **Clifford Geertz** nos comenta, que la antropología realiza Etnografía...“*una especulación elaborada... una descripción densa...Las complejidades son posibles y prácticamente no tiene fin, por lo menos lógicamente*”. Así la definición del objeto de la etnografía sería, una jerarquía estratificada de estructuras significativas, atendiendo a las cuales se producen, se perciben y se interpretan los hechos, y sin los cuales no existiría. Es decir, la cultura es interpretaciones e interacciones sociales, que se gestan alrededor y dentro de la mente y la vida del individuo, por ello mismo, no es posible establecer universalidades, sino interpretar posiciones y formas de entender las significaciones y las interacciones de la sociedad humana. **Geertz, Clifford**, “*La interpretación de las culturas*” Editorial Gedisa 1973.

¹⁸⁵ **Sanchiz Ruiz, Ma Luisa** “*Investigación Etnográfica sobre un club de ocio para personas con discapacidad mental*”, en **Pérez Serrano, Gloria** (coord.) “*Modelos de investigación cualitativa en Educación social y animación sociocultural, aplicaciones prácticas*”. Narcea S.A., Ediciones Madrid 2004 Pág. 167

¹⁸⁶ Como plantea **Edgar Morin** en su libro *Ciencia con Ciencia, romper paradigmas de simplicidad, concebir la realidad de la ciencia desde un nuevo paradigma, el de la complejidad, del cual se desprende toda una forma nueva, más por que no decirlo, incluyente más que nueva, es decir una reconciliación con el objeto y con la parte que la ciencia ha excluido del estudio la parte subjetiva, cualificable o cualitativa*. **Morin, Edgar** “*Ciencia con Consciencia*” Editorial Anthropos, 1984.

Se abordó directamente a casi todos los actores principales, (los que estaban en el entorno inmediato de la universidad) pioneros, y creadores de estas radios, profesores, directivos, alumnos, egresados, (incluido el investigador, como fuente de información) por medio de entrevista semi- abiertas, es decir, preguntas abiertas y dirigidas de forma que el personaje en cuestión respondiera con libertad y proporcionara información de tipo cualitativa, más que intentar abordar el tema con esquemas estadísticos.

La Investigación se realizó con base a tres ejes claves que se vieron reflejados en la entrevista semi-abierta que se aplicó a los informantes claves. Estos Ejes principales son los siguientes:

1) *Historia de la Radio:*

- *Localización*
- *Infraestructura*
- *Participantes*
- *Documentos*

2) *Organigrama:*

- *Puestos de mando*
- *Organización, selección, de la producción y programación de la barra musical*
- *Programas*
- *Música*
- *Promocionales*

3) Proyecto de la Radio:

- *Identidad y vestido de la estación*
- *Fines de la radio*
- *Interacción interna y Externa, con el radioescucha, con la universidad y la escuela/ Monitoreo.*
- *Contacto con símiles*
- *Promoción*

El orden de aparición de la entrevista en el texto de esta investigación se encuentra distribuido a lo largo de la narrativa, fue hecho así para darle movilidad y coherencia al desarrollo de la investigación. Obedece al orden de las preguntas en la entrevista y la forma en que fueron contestadas por los informantes claves.

La observación se hizo con base en una guía para intentar tener presentes los principales indicadores que pudieran aportar datos a esta información, todo dentro del escenario natural de los informantes, limitado únicamente, por el tiempo de investigación que fue asignado. La guía gira alrededor de los mismo ejes claves de la entrevista.

Se tomaron fotografías de los entrevistados, y de los lugares donde se realizan las transmisiones, del equipo, y de la institución. Para dar una idea más clara y precisa de lo recopilado en la observación y en la reconstrucción histórica.

Dentro de lo que se incluye en este estudio, están los documentos generados por los participantes de la estación, fotografías, documentos por escrito y digitales de los proyectos, documentos académicos, material fonográfico de las estaciones, material fonográfico resultante del monitoreo de la estación, las barras programáticas, documentos existentes en la prensa local y de los organismos de

prensa internos de las universidades. Además de la información recabada en el diario de campo del investigador.

Tomando en cuenta que posiblemente muchos de los involucrados no estarían en la ciudad, se intentó recurrir al correo electrónico y del uso del *MSN de Hotmail* (servicio de mensajería instantánea) para registrar las conversaciones escritas en este medio, permitiendo su posterior impresión y utilización como información documental y como entrevista directa, gracias a la instantaneidad del medio electrónico. Pero por desgracia, las personas a las cuales se les solicitó por *mail* información, o que se les “dio de alta” en el *MSN*, por las mismas características de dispersión y de relajamiento del medio, no permitió una entrevista adecuada, y muchos otros nunca contestaron los correos. Dejando la entrevista por *MSN* inutilizada, puesto que no se contestaba y se perdía el seguimiento de la entrevista y los *mails*, aún esperando respuesta y otros, ya ni siquiera existían las direcciones.

La investigación se planeó para seis semanas, una semana para cada una de las 6 universidades estipuladas: **En Torreón** *La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de Coahuila (FCPYS U A de C)* que es la universidad pública de La Comarca Lagunera de Coahuila, que da la carrera de comunicación; *La Universidad Autónoma de la Laguna (UAL)*, *La Universidad Iberoamericana Campus Laguna (IBERO Laguna)*, *La Universidad Autónoma del Noreste (UANE)*, *el Instituto Tecnológico Sierra Madre (Tec Sierra Madre)* éstas son universidades privadas **En Gómez Palacio:** Universidad La Salle Campus Laguna (**ULSA Laguna**), ésta es universidad privada. La universidad pública de Durango la Universidad Juárez del Estado de Durango (UJED) no imparte la carrera de ciencias de la comunicación en La Comarca Lagunera de Durango.

Por cuestión de limitaciones espacio temporales, los tiempos de registro se habían planeado en una semana académica por universidad, es decir 5 días de

transmisión de lunes a viernes en cada radio, buscando los días y los programas más representativos, que ellos así indicarán.

Pero en virtud de los resultados obtenidos en la primera incursión y de los avatares académicos, el tiempo de investigación se organizó de la siguiente manera: Un mes de investigación, el mes seleccionado fue Octubre, por ser el que tenía menor cantidad de días escolares inhábiles. Las dos primeras semanas de Octubre de 2005, se emplearon para la toma de entrevistas:

a) La forma de selección del orden de asignación fue el siguiente: para la primera el criterio fue el de ser la más joven del grupo, el *Tec Sierra Madre*. La segunda y la tercera *UAL*, *UANE* se escogieron por su mutua cercanía geográfica y por ser aproximadamente de la misma edad, mayores a la primera; la tercera y la cuarta por ser de las más antiguas en la comarca, *IBERO* y *UA de C* y se dejó al último la de Gómez Palacio la *ULSA laguna*, por ser la única de Durango en este estudio.

b) Consecuentemente, al detectar cuáles eran las que tenían una radio universitaria estudiantil funcionando, el caso de la **IBERO** y **UANE**, se les asignaron las siguientes dos semanas al monitoreo, la primera que es por Internet y por cable se le dio la primer semana por medio de una computadora, los días que ellos señalaron como los que tenían programación, Lunes, Martes, Jueves y Viernes con acceso a Internet y un día al monitoreo por las bocinas en la universidad, el miércoles. La siguiente semana fue para la UANE, asignándole el lunes, miércoles y viernes, que son los días que manifestaron tener programación, durante el todo el día.

Para la escuela que no presentó una radio actualmente, y que al parecer no ha tenido una radio universitaria estudiantil, y que los datos eran muy vagos, el Tec Sierra Madre, el mismo día de entrevistas, la investigación recolectó la información necesaria y se dejó ahí el caso.

Para la ULSA se asignaron 2 días, puesto que el experimento de radio que tienen ahí no cubre las características de esta investigación, por lo que se le dio seguimiento mínimo.

A la UAL, se le dio seguimiento de igual manera, por un día, sólo que el número de entrevistas fue mayor, ya que la información recabada fue de un proyecto que existió por Internet y del cual no quedó mucha información más que oral y datos sobre la creación de la radio institucional que está por aparecer en FM.

De la UA de C, se le asignó un poco más de tiempo cerca de 3 a 5 días debido a la gran cantidad de información recabada, tanto documentos digitales, recortes de prensa, fotos y a las entrevistas que tuvieron que realizarse (las últimas con algunas autoridades estudiantiles por cita) esto debido a que han existido 2 intentos de radio universitaria estudiantil uno por cable y otra por FM.

Capítulo 3

Las Radios Universitarias Estudiantiles de La Comarca Lagunera:

La Universidad Pública:

Universidad Autónoma de Coahuila.

La Universidad Autónoma de Coahuila, en la Unidad Torreón, en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, específicamente en la carrera de Ciencias de la Comunicación ha tenido en su haber dos casos de radio universitaria estudiantil, desde que esta carrera hace su aparición en el año de 1992.

El primer intento según entrevista con el que fuera el coordinador de la carrera de comunicación¹⁸⁷ y en un reportaje-entrevista con un egresado en el periódico local de mayor presencia¹⁸⁸ y de la entrevista con el director de aquel entonces de la Facultad¹⁸⁹, la historia comienza así: nace en mayo de 1997, de manos de los alumnos de la quinta generación de la carrera de comunicación, se llamaba “*Sonido Universitario*” con el eslogan “*la única estación por cable*”. Transmitía por cable desde el primer piso del edificio de Post-grado, y únicamente llegaba a la cafetería.

¹⁸⁷ Entrevista con **Profesor Pascual Reyes**: Lic. En Sociología, con especialidad en Comunicación, fue coordinadora de la carrera de comunicación en Torreón y del departamento de comunicación audiovisual de Saltillo y de Torreón. Actualmente ocupa un puesto como Encargado de asuntos académicos de la FCPYS Unidad Torreón, además de dar clases, tiene 17 años en la laborando en la Universidad.

Nos referiremos a él en adelante como (Prof. Pascual)

¹⁸⁸ “*Del Cable a la Antena*” Entrevista con egresado: Benjamín Mijares, ***El siglo de Torreón*** sección F Primera Plana, Viernes 23 de Agosto de 2002. vea anexo

¹⁸⁹ Entrevista con MC **Lerins Varela Castro**: Ing. Civil, Sociólogo, Administrador Público, con maestría en administración pública con especialidad en Desarrollo Regional. Fue Director en dos periodos consecutivos de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de 1994 al 2000, tiene 20 años laborando en la institución como profesor e investigador. Nos referiremos a él en adelante como (Lerins)

Se transmitía aproximadamente desde las 10 de la mañana, no había hora fija, el horario de transmisión se acoplaba a cuando había mas gente en la cafetería, de lunes a viernes. Transmitían también en las tardes y en la noche mientras estaba abierta la cafetería, supuestamente el horario era de las siete u ocho de la mañana hasta las nueve de la noche.

Se transmite por este medio por la falta de recursos. Se construyeron su mezcladora y se fueron apropiando de equipo, a veces prestado o donado por la dirección de la facultad. Les fue asignado un espacio en post-grado destinado para realizar la administración de las jornadas, la red nacional de estudiantes de sociología y otros congresos, en aquel entonces el director a cargo de la facultad era M. C. Lerins Varela Castro.

El proyecto le fue presentado, y el profesor Pascual fue el encargado de apoyarlos como responsable de los talleres de comunicación y del taller de radio; fue entonces cuando la programación se nutrió y creció, con el trabajo de los alumnos de la carrera, que les permitió tener programas de educación sexual, de chismes, de espectáculos, deportivos y culturales, inclusive hubo un programa de alumnos que participaron de 5º semestre que se llevó a Radio Torreón y que fue aceptado.

Estos programas eran grabados en el taller de radio, o a veces en radios comerciales con las que se tenían convenios y después se reproducían en la grabadora de la estación, la programación en vivo era generalmente música y comentarios.

Los pioneros de este proyecto en particular eran: Benjamín Mijares y Daniel de la Fuente, ellos presentaron el proyecto y Ruth Tovar, Armando "El cash", Isolda y Edgar eran parte de los que participaron. Todos egresaron y varios de ellos trabajan en los medios de comunicación de la Comarca y del Estado.

El proyecto avanzaba con actividades de los muchachos, como hamburguesadas¹⁹⁰, rifas, y cooperación entre ellos. El proyecto de estos alumnos tenía un fin más bien académico y de conveniencia personal, *“Para realizar practicas durante sus estudios... la intención era que los alumnos siguieran cuando nos fuéramos... los espacios están difíciles de encontrar en las radios comerciales...tuvimos la visión de que fuera netamente de estudiantes”*¹⁹¹

El proyecto se pierde, puesto que los muchachos egresan. El espacio se desmantela, y se asigna a su fin inicial, el de servir de espacio para otras actividades estudiantiles. El proyecto se enfrió y desapareció. Duró un año aproximadamente.

No hay documentación en la facultad, con respecto a esta radio, ni material sonoro, ni instalaciones o equipo que haya sobrevivido. La dirección dice haberlos apoyado, con pocos recursos, pero que sí contaban con el apoyo, y que la inquietud de tener una radio más en serio se tenía en mente, al ver la participación de los alumnos en este tipo de proyectos.

La segunda radio estudiantil

Entonces aparece la segunda Radio, sin nada que ver con la anterior, el proyecto de una radio universitaria por FM, es llevado a manos del director Lerins Varela, en el año 2000 por el Profesor Fernando Reyes Peláez¹⁹², quien se acababa de integrar en 1998 como profesor de la Facultad.

¹⁹⁰ Es una actividad de venta de hamburguesas por boleto, en la universidad o fuera de ella.

¹⁹¹ Ver el archivo anexo El siglo 23 de agosto de 2002

¹⁹² Profesor **Fernando Reyes Peláez** Lic. en Antropología social y Maestro en Fotografía, trabajo en la U A de C, desde 1998 hasta el 2003 que sale, era profesor de fotografía y de sociología.

Este proyecto¹⁹³ por cuestión del cambio de administración, no comienza inmediatamente, aunque se comenta que fue presentado al entonces rector Ing. *Frausto Siller*, quien al parecer “le vio con buenos ojos”, no se supo nada más, a parte de ese comentario.

Fue hasta el año 2001, cuando entra la nueva administración de FCPYS a cargo de la entonces directora, MC Gabriela Aguilar Ramos, que el proyecto es retomado, con el apoyo del profesor Pascual Reyes el profesor Fernando Reyes presenta el proyecto a la nueva directora, “*me pintaron muy bonito el proyecto*”¹⁹⁴ afirmo en la entrevista la profesora, se le comentó que no necesitaría mucho de inversión, así la dirección le asignó un espacio propio en el segundo piso del edificio de post-grado en el aula 13.

Los alumnos involucrados al principio cuando las pruebas comenzaron a realizarse fueron Maximiliano Contreras¹⁹⁵ y Jorge Sadi¹⁹⁶, entonces alumnos del 7º semestre de la carrera de ciencias de la comunicación.

Se planteó como un experimento al principio más como un ensayo, pero con un proyecto por escrito ya planteado y con objetivos claros; que sirviera de escuela radiofónica, como un espacio para difundir los trabajos académicos del taller de radio, incluyente a quien quisiera participar¹⁹⁷. Más tarde estos objetivos se extenderían hacia una visión más amplia.

¹⁹³ Ver anexos

¹⁹⁴ Entrevista con **Gabriela Aguilar Ramos** lic. en Sociología, tiene 20 años en la universidad, empezó como profesora de asignatura, ahora es profesora de tiempo completo, fue encargada de hemeroteca, paso a la coordinación de la carrera de sociología y después en secretaría académica y finalmente fue directora de la facultad. Ahora funge como profesora de tiempo completo de la facultad. Nos referiremos a ella en adelante como (MC Gaby)

¹⁹⁵ Entrevista con **Maximiliano Contreras**: Lic. En ciencias de la comunicación, por la U. A. de C., y actualmente trabaja en el centro cultural universitario como operador del audio y video de todo el edificio. Tiene trabajando 3 años en la universidad y 8 en total como estudiante. Nos referiremos en adelante a él como (Max)

¹⁹⁶ Entrevista con **Jorge Sadi**, egresado de la Lic. en ciencias de la comunicación de la U A de C, actualmente estudiante de postgrado en la UNAM. Nos referiremos a él en adelante como (Sadi)

¹⁹⁷ **Reyes Peláez Juan Fernando, Sadi Durón Jorge** “*Manual de operaciones Radio Universidad*“, el autor, Marzo 2002 Pág. 1 vea anexo.

El transmisor era de FM de 1 watt de potencia y fue conseguido gracias a la búsqueda de un patrocinio que se obtuvo por medio de las “Séptimas Jornadas de Comunicación”, este patrocinio, fue de la empresa llamada *ALCOM* que se dedicaba a la asesoría en comunicación.

El dueño de esta pequeña empresa era un señor de nombre Luis de Alba, que entre la plática que se llevó a cabo entre Max Contreras (tesorero de las jornadas) y Jorge Sadi, (relaciones públicas y buscador de patrocinios para las jornadas) surgió la temática sobre política en la facultad y sobre el proyecto de radio, y fue así que:

él se interesó inmediatamente en la idea del proyecto de radio y nos propuso apoyar el proyecto con la compra del equipo, pero que primero lo consultaremos con el encargado del proyecto o con la dirección, ya que nos hacía saber la importancia del mismo, puesto que él en un tiempo estuvo interesado en poner e instalar una radiodifusora de FM¹⁹⁸

Pero no le fue otorgada la concesión, y así mismo él comentaba del gran impacto que este proyecto podría tener ya que ninguna universidad de la comarca había tenido intenciones de crear algo así¹⁹⁹.

Esta persona contribuyó con su tarjeta de crédito para comprar el transmisor, el cual, fue pagado con el dinero de las jornadas de comunicación, fueron alrededor de 6000 mil pesos.

El transmisor fue pedido a Estados Unidos a la compañía **Ramsey**, con una carta redactada por la facultad de manos del Profesor Alfredo Morales y traducida al inglés por el alumno de 7º semestre de comunicación Saúl Bonilla, para que fuera permitido el envío, puesto que la compañía exigía saber a quién se le iba a vender

¹⁹⁸ Escrito monográfico sin título aparente, el archivo dice “A mi familia” de *Contreras Maximiliano*, sobre la Radio Universidad y su participación en ella. Pág. 14

¹⁹⁹ ídem

y con qué fines. El envío llegó el 18 de mayo de 2001 a la casa del patrocinador Luis de Alba, puesto que en la compra por Internet se había puesto la dirección de la persona que pagaba con la tarjeta de crédito.²⁰⁰

Las primeras pruebas se llevaron a cabo en las vacaciones de verano de 2001, después de las jornadas de comunicación, el 11 de Junio, tiempo en el cual se probó una antena fabricada con material de desecho conseguido de una antigua antena de radio de banda civil. (por Max Contreras)

Se construyó una antena “*Bipolo*” de tres elementos esto es con un reflejante un transmisor y un direccional. Se le adaptó un atenuador de impedancia y 20 metros de cable coaxial que se compraron con apoyo de la dirección.

Esta antena fue preparada para 1 watt de potencia y se construye con base a un manual sobre antenas que tenía en su poder el profesor Fernando Reyes y con esta antena se irradiaba al principio 3 cuerdas a la redonda aproximadamente, las pruebas se realizaron atando esta antena a las porterías de las canchas de fútbol.

Después al ensamblarla correctamente y al estar montada sobre el techo del segundo piso de post-grado, sobre una antena semi-destruida de transmisión de televisión que perteneciera al “*Canal 2*” de Torreón, que fue comprada en \$ 200 pesos. Montan la antena el profesor Fernando Reyes, los alumnos Sadi y Max, esto sería el 22 de julio²⁰¹ y a esta altura le daba un kilómetro a la redonda de alcance aproximadamente.

Se selecciona el 107.7 FM por ser la última del cuadrante, para así no afectar a ninguna estación comercial, ya que la más cercana a ésta sería 103.5 y así no se

²⁰⁰ ídem, Pág. 22

²⁰¹ Ídem Pág. 29 y

metería en problemas la universidad. Las primeras pruebas fueron, transmisión de música de rock y algunas menciones de voz.

Es el 17 ó 18²⁰² de agosto de 2001 que se hizo la primera transmisión oficial, fue la bienvenida a los alumnos de nuevo ingreso en la sala audiovisual, se transmite desde los talleres de radio, ya que el aula de post-grado estaba en remodelación. La transmisión duró unos cuantos minutos y el mensaje de bienvenida fue dicho por Jorge Sadi, la música que se puso de fondo fue una canción de rock del grupo mexicano el TRI "*Que viva el rock and roll*"²⁰³.

Es en septiembre de 2001 que se instala en el segundo piso del edificio de post-grado de manera definitiva como espacio asignado por la dirección, con un lugar para la cabina de transmisión, otro para los locutores y una tercera de producción. Las transmisiones a partir de ahí se hicieron regulares de 8 de la mañana a las 2 de la tarde, de lunes a viernes, siendo al principio los únicos locutores, Jorge Sadi, Max Contreras y el profesor Juan Fernando Reyes.

La música que se transmitía era limitada, puesto que no había muchos CD y al principio sólo había unos Walkman para Audio tape y eran unos cuantos audio tape de rock de Sadi. Había un reproductor de discos compactos, un micrófono con su base y 20 discos compactos del taller de radio. La mezcladora era prestada por la Facultad de Economía Mercadotecnia y Sistemas, de manos del profesor Pascual, quien en aquel tiempo también era encargado de los talleres de audio de la carrera de mercadotecnia en la Facultad de Economía.

El primer slogan que se utilizó en la estación sería el de "*la cabina de la soledad*" ya que al principio no había mucha participación, y la estación se encontraba sola la mayor parte de la mañana hasta el cierre, el slogan final que surgiría a

²⁰² Nota: Hay una discrepancia entre la entrevista con Maximiliano Contreras y un artículo publicado en *El siglo de Torreón* 19 de diciembre 2001, tomaremos la fecha del día 17)

²⁰³ ídem Pág. 35

mediados de diciembre de ese año fue “*Una opción diferente a tus sentidos*” o “*Una opción diferente para tus sentidos*” esta discrepancia es debido a que en dos promocionales de la estación aparecían cada uno, esto fue por un error en la producción por parte de Sadi, y la estación decidió que el segundo era el más indicado.²⁰⁴

Se transmitía música de pop y rock, posteriormente se consiguió un tocadiscos de acetato y se incluyó música de trova, románticas y folclóricas, que eran parte de los discos que tenía el profesor Fernando Reyes. La estación comenzaba con el Himno Nacional y terminaba de la misma manera, al principio se tocaba en una grabadora de carrete abierto prestada, después en audio tape, y finalmente se puso en archivo mp3 junto con los promocionales de entrada y salida de la estación.

El primer “programa” que existió se llamó “*música 2 que 3 y a veces 4*”, ya que se ponían los discos de acetato, con un cantante y se programaban 2, ó 3 canciones pero a veces por distracción o por salirse de la cabina se pasaba a 4 canciones, de ahí su nombre. Quedando al final como “*música 2 que 3*” y siendo archivo musical de la semana.

El ordenamiento de la programación musical por géneros²⁰⁵ fue alrededor de una semana o dos de transmisiones. Con una hora para románticas, blues, trova, clásica, folclórica y rock, un género diferente para cada día de la semana, con nombre a cada una de estas intervenciones con música y comentarios.

²⁰⁴ Entrevista con **Roberto Salvador Pérez Peña**: Actualmente alumno del 9 semestre de la carrera de Comunicación. Actualmente participa en la coordinación de la U A de C, ayudando con la producción, guión y realización del programa oficial de la universidad en la estación *Radio Torreón de nombre “Lobo Universitario”*. Nos referiremos a él en adelante como (Robertillo)

²⁰⁵ Ver anexos “barra programatica”

El primer programa que surge como tal es “*Mundo Universitario*” a cargo de estudiantes de los primeros semestres de comunicación y transmitían 3 días a la semana, que al final se quedó en uno, ya que preparaban sus promocionales, spot y cápsulas en el taller de radio y por sus clases, trabajo y otros asuntos se les dificultó los tiempos. El programa era sobre temáticas de eventos en la universidad y en la facultad, sobre tópicos juveniles, culturales, deportivos, etc.

“*Express-arte*”, fue el segundo programa que existió a cargo de Dyno Rojas, un profesor de secundaria de Gómez Palacio, que acababa de entrar en primer semestre de comunicación, duraba 30 minutos y transmitía 2 días por semana, que al final sólo sería uno, hasta su desaparición unos 5 meses después. El programa era de arte y cultura de manera relajada e informal

El tercer programa era de corte musical, fue “*Tócame ese viejo rock*”, que pasaba música de los sesentas y setentas, donde se contextualizaba los hechos que sucedieron en la época en conjunto con la música que había en ese entonces, este programa era de Max Contreras los lunes, miércoles y viernes, a la 1 de la tarde y al final sólo sería lunes y viernes, (debido a que al egresar de la carrera comenzó a trabajar y no le daba tiempo) pero este programa duró hasta el cierre de la estación.

Un detalle importante que aparece a raíz de la necesidad de saber quien escuchaba, y que se comunicarán para saber su opinión, es que se buscó contar con un “teléfono en el estudio”. La estación consiguió su línea telefónica de una manera muy inusual, se le solicito a la facultad una línea telefónica para tener una comunicación con los radioescuchas, el recurso fue negado.

Se busco una alternativa por parte de Max y Sadi y se encontró una línea de teléfono llamada “*ladafon*” que costaba 300 pesos y no causaba renta mensual, y siempre se podría recibir llamadas y sólo con tarjeta se podría marcar, así que la facultad no gastaría más que en esa sola ocasión, y aún así se les negó el dinero,

“por no haber recursos”. “Entonces el Sadi tomó la decisión y se puso a botear²⁰⁶ en la calle²⁰⁷” en el cruce, con los profesores y con otras facultades cercanas, con un letrero en la espalda y otro en el pecho, que decía “*por favor coopere para la radio Universitaria*”, y en una hora se consiguió el dinero para poner la línea telefónica, y a partir de esta experiencia se recibió una reprimenda o llamada de atención por parte de la dirección curiosamente desde ese momento, los recursos para la radio no fueron negados nunca más, claro que dentro de ciertos parámetros y posibilidades.

De esta manera la dirección apoyó con un doble deck, micrófonos, mezcladora, bases para micros, remodelación de las instalaciones como: acrílico transparente para la división de las cabinas, madera para hacer las mesas de la estación, etc. Además se contaba con el apoyo de los muchachos, que se ponían de cuenta propia a pintar, a limpiar la estación o llevaban pintura, adornos, cuadros, inclusive arbolito de navidad, y se decoraba conforme los chavos así decidían y la gente participaba de manera espontánea, como quien adorna su casa.

Así la estación fue consolidándose, creciendo y convirtiéndose en un asunto universitario relevante. Conforme paso el tiempo más programas fueron incorporándose al igual que más gente de la universidad y de otras escuelas, se tuvo participación de las Facultades de Economía, Mercadotecnia y Sistemas, de la Facultad de Derecho, de la Preparatoria Venustiano Carranza (PVC), etc., así como de los alumnos de todas las carreras de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. También se tuvo participación de un colegio privado externo, el CODISDEC (colegio de diseño y decoración) La mayoría tenían su propio programa y la operación de los controles y el archivo musical, eran a cargo de alumnos de comunicación y sociología de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

²⁰⁶ Botear: Cuando se pide dinero en la calle con un bote con una ranura, al estilo de la colecta de la cruz roja, el teletón, etc.

²⁰⁷ Entrevista con Max

La radio estudiantil tuvo contacto con otras universidades pero a un nivel de prácticas informales, con La IBERO especialmente, con la Universidad Autónoma de Aguascalientes se tuvo un acercamiento inicial, donde el profesor Pascual Reyes y Jorge Sadi, estuvieron de invitados en un programa de su estación de radio por AM, y se establecieron lazos informales de cooperación a futuro.

Con la UAM Xochimilco, al parece se da un encuentro similar con el profesor Fernando Reyes, (egresado de ahí y ex trabajador), aunque no quedaron datos, o algún archivo que certifique este encuentro, también se visitó Radio UNAM, y al parecer, se pidió apoyo a su archivo de audio, apoyo que se les otorgaba con la única condición de que llevaran sus discos para quemar. Nunca se concreto este apoyo debido a problemas de recursos y de seguimiento principalmente por la FCPyS de Torreón.

Para el mes de octubre el profesor Pascual prestó una computadora para que la utilizaran en la radio, y es ahí cuando comienza a crecer la producción de la estación y su fonoteca. Al principio, no se tenían programas de edición de audio, y la computadora funcionaba como un reproductor de discos, aunque programas como “*Express-arte*” tenían y traían sus archivos en mp3, y otros como el de “*Mundo universitario*”, quemaban sus promocionales y sus cortinillas en discos de audio.

El archivo musical se acrecentó gracias a la aportación de los alumnos tanto de la facultad, el personal académico, administrativo y manual, así como por los alumnos de las otras facultades y los del CODISDEC, que aportaron 1004 archivos de música en MP3 que traía en su computadora, (un día que la llevaron para poner sus canciones) La música aportada en discos de audio era pasada a archivos de MP3 gracias al software de libre acceso *musicmatch jukebox*.

Para los primeros días del mes de octubre, la estación extiende su horario de transmisiones dos horas más, al incorporarse 2 muchachas *Evlyn y Cristina “la Tana”*, ellas comenzaron como operadoras y locutoras de archivo musical de lunes a viernes y terminó por ser un programa llamado “*chorchoreando*” los lunes, miércoles y viernes de 2 a 4 pm, de temática juvenil, con preocupaciones como la drogadicción, salud, relaciones sentimentales, espectáculos, etc.

Cuando por cuestiones de tiempos escolares, las muchachas no pudieron seguir martes y jueves, se integró un invitado de ellas, un joven llamado “*Roberto Pérez Peña*” quien cubriría el horario de martes y jueves de 2 a 4 pm, operando y haciendo locución. Más tarde se involucraría en la producción de spot y promocionales y participando más de lleno inclusive con programas propios como productor, asistiendo casi todos los días en la mañana y la tarde.

Los estudiantes se iban integrando conforme iban conociendo la estación por comentarios escuchados de otros jóvenes o profesores, por pláticas, o por interés propio, no hubo actividades en específico para invitar a unirse, únicamente la que se hizo al principio (con la transmisión de inicio) pero de ahí en más la participación era espontánea.

El primer noticiario de la estación fue “*Meridiano 107.7*”, de lunes a viernes de 9 am a 10 am, era una recopilación de las notas de los periódicos locales “*El siglo de Torreón y La opinión Milenio*”, noticias locales, nacionales e internacionales, además se incluían notas sobre acontecimientos y eventos de la universidad, la joven a cargo de la locución y recolección de notas era *Jeisel Muñoz*.

El 19 de octubre se incorpora el programa “*el Economista Urbano*” por alumnos de la facultad de Economía, donde trataban temáticas económicas, políticas y culturales, así como cuestiones de la universidad, desde una perspectiva joven y fresca, nada cuadrado ni siguiendo formatos preestablecidos; “*el Peveciano*”, de

alumnos de la preparatoria Venustiano Carranza de la U A de C, que tenían su propio noticiero que tocaba temas sobre la preparatoria Venustiano Carranza (PVC) eran alumnos del taller de periodismo de esa escuela, y además tocaban temas de actualidad para jóvenes, al principio les apoyaba el profesor con la locución, pero terminaron haciendo todo ellos solos.

“*The show must go on*” un programa musical temático exclusivo del grupo **Queen** de un alumno de Sociología. Los viernes; “*Género*” un programa de mujeres para mujeres, donde participaban 2 muchachas de la carrera de administración y sociología “*Chapis*” y “*Arely*” que participaban los lunes de 1 a 2 de la tarde, pero que se les asignó un día extra (los viernes en el mismo horario) por que era uno de los más escuchados y de los recibían muchas llamadas telefónicas, también iban a verlas a la estación y ahí les solicitaban los temas en específico que querían para la siguiente transmisión.

La misma participación y respuesta la tenía el programa de música alternativa, “*De este lado*” que se incorporaría tiempo después con la conducción y producción de “*Cobian, Juan y David*” que tenía un día a la semana y terminó transmitiendo dos días por semana, los miércoles y jueves en horario vespertino y nocturno respectivamente, ellos llegaron a la radio por la invitación de un joven que participaba en la radio²⁰⁸.

La estación tenía un espacio de transmisiones especiales, (pero sin un tiempo asignado en específico, como un flash informativo) donde se pasaban entrevistas con artistas, cantantes, etc., llamado “*Foro Universitario*”, que surge de manera espontánea y fortuita. Su primera transmisión fue el día que el recién electo Rector Ing. Jesús Ochoa Galindo llega a la Facultad y pasó por la estación a una entrevista especial, ya que los profesores Fernando Reyes y Pascual Reyes le

²⁰⁸ Entrevista con **José Antonio Cobian Hernández**: actualmente es Lic. en ciencias de la comunicación, trabaja en la radio cultural Radio Torreón 96.3 FM y continúa con el programa “*De este Lado*” en esta misma estación y ya llevan 2 años y medio transmitiendo ahí. Nos referiremos a él en adelante como (Cobian)

indicaron que había una estación en la facultad, esto no lo sabía el Coordinador de la Unidad Torreón que en ese tiempo estaba por salir de su cargo, aunque su oficina estaba a unos cuantos edificios de distancia. El rector fue entrevistado por Jorge Sadi²⁰⁹ y a partir de ahí el apoyo de Rectoría fue prometido y cabalmente cumplido, meses después en abril o mayo de 2002 fue cuando llegó a la estación equipo de cómputo especializado para la producción de la radio.

Algo que hay que aclarar es que el rector pensó que se contaba con el permiso correspondiente, situación que se vio reflejada inclusive en los medios de comunicación de La Comarca Lagunera, y en el público en general, pues se desconocía el estatus legal de la estación.

El profesor Fernando Reyes solía decir en broma, que se “*contaba con el permiso de dios*” y que se estaba en tramites con el de la SCT.

Es en diciembre de 2001, que las transmisiones se extienden hasta las 8 pm, en parte gracias a que se fueron integrando más personas a la estación y por otro lado, que a dos jóvenes de la facultad les fue permitido hacer su servicio social en la radio, a *Edgar Benítez* y *Martha Rojas* una muchacha que ya participaba en uno de los primeros programa llamado “*Al relax*”.

Así también se incorporaron mas programas como “*universo desconocido*” de temática sobre ovnis y eventos paranormales, el único en su tipo en La Comarca Lagunera, en esa época, a cargo de *José Antonio Rodríguez “el rorro”*. Siguieron llegando programas de música como “*Vamos a hacer el Slam*”, aunque más trabajado ya no sólo de presentación de canciones sino más temático. Programas de crítica cinematográfica, como “*Fabrica de sueños*”, donde se regalaban boletos de cine y había convenio con una sala de cine que opera dentro de un centro comercial llamado 4 caminos, y proveía boletos y pases gratis para el público,

²⁰⁹ Vea archivo de foto anexo

además de los resúmenes de las películas nuevas, *posters* y *souvenirs*. Este convenio lo tenía el muchacho que producía y conducía el programa.

Hubo programas de política de actores políticos, el caso de una diputada *Roxana Cuevas Flores* que hizo un programa llamado “*Entre nosotras*”, realizado por la asociación política nacional “*La Junta de mujeres políticas APN*”, una organización ciudadana plural e incluyente que buscaba ayudar a mujeres emprendedoras a salir adelante y dar consejos de consultoría, con la locución de *Marvel Granados*.

Otro de los programas de debate y crítica política que apareció fue “en *Blanco y Negro*”, y de crítica social como “*detrás del ojo*” y “*La realidad*”. Aunque algunos programas entraban al aire un tiempo y desaparecían rápidamente como “*la palabra oculta*” y “*laguna mística*”. Al final la programación llegó a tener en total desde sus inicios hasta el cierre cerca de 20 ó 30 programas, de los cuales al menos 11 eran fijos y estables y la mitad de ellos comenzaron desde el principio y estuvieron hasta el cierre de la estación.

A partir de la extensión del horario, además de los programas hablados, el archivo musical se extendió en tiempo y se diversificó, puesto que cada día había más música y muy variada, gracias a las aportaciones de los estudiantes y profesores, llegando a tener al cierre de la estación entre 10 mil y 14 mil canciones, de muchos géneros como Rock en inglés y en español, *Jazz*, *Blues*, trova, música clásica, de orquesta, instrumental, grandes bandas, *new age*, *regge*, música de artistas locales, música norteña, vernácula, de Banda, folclórica, latinoamericana, tríos, balada romántica en español, inglés, francés e italiano, Pop en inglés y en español, música de la región como el canto cardenche, etc. Inclusive se creó una página de Internet para la estación, en un servidor gratuito, aún está ahí aunque ya no ha sido actualizada: **[http:// radiouadec.sitio.net](http://radiouadec.sitio.net)**

En cuanto a los promocionales, la estación tenía una variedad muy amplia, los había de contenido social, promociones de investigación académica, oficiales de la universidad, boletines, de promoción de los programas y de la estación, de identificación, de concientización, cívicos, culturales sobre días festivos, de archivo musical, de presentación al público de sus participantes, cápsulas informativas, etc.

Una característica a destacar era la originalidad y el formato de “*promocionales situacionales*”, que tenían su inicio, clímax y desenlace en el mismo spot y de corte cómico, los tiempos iban desde 20 segundos, 30, 40, hasta 2 minutos diez segundos, no había tiempo límite, todo según las necesidades del spot.

Algo que es notable, es que las radiodifusoras comerciales en esa época, empezaron a copiar algunos "spot" que ahí se realizaban, y hacían sus propias versiones, así como los programas temáticos y sociales, además de la música que se transmitía en la radio universidad, para el bloque de música juvenil y de la música antigua con que contaba la estación, las radios comerciales contestaron “*poniendo sus hits del recuerdo*” además *el sistema de programar 3 canciones en español y 3 en inglés con locución*²¹⁰”, se comenzó a pasar también en los medios comerciales y en culturales, además de música que antes no se ponía, hasta ese momento (de grupos como Metálica, Gorilas, el Tri, etc)

La forma y los horarios de la programación musical eran muy significativos por que no seguía una lógica de “rating”, no se preocupaba por vender espacios o nada, era sin fines comerciales más bien sociales y de crítica, así había programas que tocaban temas de sexualidad al medio día, o música de rock pesada en las mañanas, trova en las tardes, música cardenche tradicional de la comarca en la noche, y de repente se rompía el ritmo programando de clásica, pop, románticas,

²¹⁰ Entrevista con *Roberto Pérez Peña*

luego rock, y así en diversas formas. Pero la estructura de la programación estaba bien organizada y se respetaban los tiempos para cada género.²¹¹

No había una voz oficial establecida por la estación, pero todos señalaron que la voz de la estación era Sadi, puesto que es la que aparecía en casi todos los promocionales, esto debido a que casi nadie se metía a la producción los sábados, hasta que Roberto Pérez Peña, se incorporo a estos menesteres, y poco a poco otros fueron produciendo como *Raúl*, si no en la radio, si desde sus casas, con su propio equipo de cómputo y el software se les suministró gratuitamente.

La responsabilidad en la producción, la programación y la incorporación de nuevos programas estaban a cargo del Profesor Fernando Reyes y el alumno Jorge Sadi, este mismo hacia la producción de spot, promocionales de todo tipo de la estación y de los programas que entraban, él ayudaba a los jóvenes que traían sus propuestas a hacer el vestido de su programa, ya que estaba en 9 semestre y era el único que manejaba el *Cool Edit*, programa que fue regalado a la estación por un ayudante del profesor Pascual Reyes, un joven llamado Ricardo conocido como “*el Richard*”, mismo que le enseñó a Sadi como utilizar el *Cool Edit*.

Más tarde se incorporaría a esta tarea Roberto Pérez Peña, (aprendió creó sus propios promocionales sobre la radio), ya que él era de los pocos que iban los sábados a hacer las labores de producción, pues era el día en que se podía usar la computadora para producir, ya que no se transmitía los fines de semana.

Aunque en un primer intento de usar la computadora para hacer promocionales, cuando recién fue llevada, fue la producción en “caliente” donde se usaba un programa de grabación lineal llamado “*LP record*” y los promocionales se hacían al aire, “*producciones 2 minutos*” le decían así en broma los integrantes de la radio, a estos primeros spot y promocionales creados de forma un poco burda y en

²¹¹ ver anexo “Barra programática”

caliente, mientras se transmitía en vivo. Esta práctica se abandono en cuanto se comenzó a usar el *Cool Edit* y a designarse los sábados como día de producción oficial.

Los requisitos para entrar con un programa a la estación eran: tener un proyecto por escrito, con justificación y exposición de motivos y señalando la duración aproximada del mismo, y que tuvieran la intención de mantenerse al aire. No había ninguna restricción si se era de otra carrera, facultad o universidad, o si se era mujer, hombre, o por cualquier otra causa.

En cuanto a la base de locutores-operadores estables, también se amplió y se diversificó, puesto que al principio sólo eran tres: Sadi, Max y el Prof. Fernando que cubrían de 8 a 12, de 12 a 1 y de 1 a 2 pm respectivamente. Integrándose al final una persona por cada dos horas, hombres y mujeres, para cubrir el horario matutino, vespertino y nocturno.

En la tarde estaban los de servicio social. Los requisitos para ser operador-locutor, eran, en un principio sólo que tuvieran ganas de hacerlo y se comprometieran a cubrir un horario determinado, siempre contrario a su horario de clases, para no interferir con estas.

Después al surgir el reglamento interno se pedía para esta actividad que fueran preferentemente de la carrera de comunicación, que fueran alumnos regulares, hombre o mujer, que fuera al corriente con sus calificaciones y tuvieran un promedio mínimo de 80 en el semestre y la carrera, que cursará al menos el 5 semestre en el caso de querer hacer el servicio social. Que llevarán un curso de inducción de un mes y que el horario escogido para tal tarea fuera contrario al de

sus clases, y un mínimo de participación de 2 días a la semana y un máximo de 5²¹²

Para abril de 2002, después de convencer a la dirección de comprar una antena especial para la transmisión y una estructura especial que le ofrecían al profesor Fernando en \$300 pesos, es que llega al fin el pedido de una antena de 5 /8 de onda FM con 3.4dBi de ganancia, que se compra en Sonora, con la cual el watt de potencia se ampliaría hasta 5 watts, aproximadamente.

Se coloca la antena de ganancia y la estructura sobre le techo de la estación, el servicio fue pagado por la dirección de la escuela con apoyo de la coordinación de la Unidad Torreón de la UA de C, se contrató a un especialista para calibrar la antena y montarla en el techo de post-grado, aunque al final los alumnos y el profesor Fernando Reyes, se subieron a apoyar a los dos trabajadores que estaban haciendo la instalación, para contribuir con el trabajo pesado.

Algo con lo que no se contaba, es que a petición del profesor Fernando, Maximiliano Contreras de su dinero compró un amplificador de 20 watt por Internet en una fabrica de electrónicos en Chile, el amplificador fue diseñado específicamente para la frecuencia de 107.7 FM, a un costo de \$200 dólares.

Se le integró al equipo recién instalado, con lo que el viernes 13 abril del 2002, la potencia se elevó en el orden de 30 watt, llegando así a parte importante de La Comarca Lagunera, algunas áreas de Lerdo, de Gómez Palacio, Durango, todo Torreón, y en los primeros ejidos de Matamoros, Coahuila.

Con el crecimiento de la radio se busco una relación con el público aún más estrecha, y se diseñaron unas credenciales de radio escucha numeradas, que se entregarían a los oyentes con sólo presentarse a la estación. El proyecto no se

²¹² Archivo anexos “*Reglamento de la Radio Universidad*”.

llega a realizar, pero el diseño quedó, junto con las credenciales de reportero que necesitaban los muchachos para identificarse como parte de un medio serio²¹³.

En los tiempos cuando la radio universidad estaba por alcanzar los 30 watt²¹⁴ de potencia y llega a toda La Comarca Lagunera, la coordinación de la Unidad Torreón comienza a mostrar interés y más apoyo, ya a cargo de la coordinadora Ing. Rosa Maria Franco Parra²¹⁵, recién electa entre 2001 y 2002.

Con el tiempo, al llegar a los 10 meses de transmisión, la radio universidad 107.7 FM, tenía una organización semi-estructurada²¹⁶. El director de la radio era el profesor Fernando Reyes, el encargado de producción y creación radiofónica Jorge Sadi, el encargado de los locutores-operadores Roberto Pérez Peña y el encargado de las cuestiones técnicas, impulsor y “mecenas” de la estación Maximiliano Contreras.

Aunque el carácter de mando que estipula un organigrama no se sentía en el ambiente de la estación, y la dirección de la Facultad a cargo de la MC Gabriela Aguilar era más bien prudente, (a veces sí llegaba a sugerir y a intervenir en la estación), realmente se le daba mucha autonomía y se le tenía confianza al proyecto para que fuera regulado con base a las necesidades de la estación y de la universidad, pero siempre con el monitoreo frecuente de la dirección de Ciencias Políticas.

En cuanto a la censura, las 3 únicas ocasiones en que se dio una situación de cierre de un programa y otra de reprimenda por un promocional y una

²¹³ Ver anexos

²¹⁴ El amplificador comprado en Chile era de 20 watt, pero con la antena de ganancia y la altura obtenida al levantarla daba un total aproximado de 30 watt.

²¹⁵ Entrevista con La ing. Industrial Química **Rosa María Franco Parra**. Con 20 años trabajando en la universidad, aún es la coordinadora de la unidad torreón en su segundo periodo. Nos referiremos a ella en adelante como (Coordinadora)

²¹⁶ Ver archivo anexo “*Manual de organización de la radio universidad*”

recomendación sobre un programa, por parte de las autoridades, fue, la primera: cuando un programa llamado la "*Sinagoga del Diablo*" insultó abiertamente, a la universidad, a los radioescuchas y a sí mismos, en un afán de parecer "graciosos" y por hacer "radio diferente" como la que hacían en Internet, el profesor a cargo de la radio, la directora y en general los muchachos que hacían la radio estuvieron de acuerdo con que se quitara.

El segundo caso fue una reconvención de la directora por un promocional donde decían la frase "mendigos nopales" (en un promocional del programa Género) y otro donde se escuchaban unos insultos en inglés (en el promocional del teléfono v2), aunque todo estaba contextualizado en los promocionales y el director de la radio y los muchachos, decidieron no modificarlos, pero sí produjeron otros más para tener variedad.

El tercer caso, fue cuando en el programa "*el economista urbano*" se tocaron algunos temas políticos de la Facultad de Economía, mercadotecnia y sistemas, contrarios a un profesor, y esta facultad se encontraba en comicios electorales, y los comentarios proferidos hacían pensar en propaganda o proselitismo político, a favor de uno de los contrincantes, únicamente se les hizo un llamado de atención al respecto desde Coordinación, pero el programa continuó normalmente sus transmisiones y sus temas políticos de forma más cuidadosa.

Para estas fechas la estación funcionaba de lunes a viernes de 8 am a 8 pm, incluso en temporada de vacaciones, creándose turnos especiales por día, para ir a cubrir la programación.

Se buscó y se comenzó a hacer pruebas para transmitir los sábados, inclusive se preparó la barra programática, ya que al principio no se podía transmitir en sábado, por que únicamente había una computadora, pero aproximadamente en mayo de 2002 llegó el equipo de computo que mando rectoría como apoyo, con

tarjeta de audio *sound blaster*, con dos discos duros de 80 y de 100 gigas y un procesador Pentium 4 a 2.3 mhz. Esto permitió acelerar el proceso de digitalización de música, y posibilitó la creación y producción en otros días y así la transmisión se buscaba ampliar y fue justamente en un par de meses, que viene la tragicomedia del cierre de la radio.

La estación transmitió hasta el día 15 de julio de 2002 (en temporada vacacional), día en que aparece el inspector de comunicaciones y transportes, *Tomas Eugenio Alonso Lara*, con un oficio en mano, y amablemente solicitó la presencia del encargado de la radio y le expresó su cometido que era pedirles que cerraran y dejarán de transmitir pacíficamente, puesto que no se contaba con el permiso o la concesión de la Secretaria de Comunicaciones y Transportes, por estar haciendo uso del 107.7 Mhz y siendo este un bien de dominio publico de la federación, era por tal razón que se debía cerrar²¹⁷.

Entonces se le argumento que se habían mandado cartas a SCT Saltillo y a SCT en Torreón, informando de que se realizaban transmisiones una con fecha del 27 de junio de 2001, y otra el 5 de enero, donde se manifestaba que se llevaban 5 meses y que la autoridad de la universidad comenzaría a hacer los tramites para el permiso correspondiente²¹⁸ pero que nunca se habían recibido contestación alguna.

El inspector aún así, procedió y solicitó el cierre, a lo que los alumnos no querían, pero el profesor Fernando Reyes Peláez decidió ceder sin resistencia a la autoridad, y fungieron como testigos en el acta Roberto Salvador Pérez Peña y Jorge Sadi Durón.²¹⁹ El inspector dio oportunidad de que se terminaran las transmisiones de ese día con sendos mensajes de los alumnos que informaban del cierre, se recibieron muchas llamadas telefónicas de apoyo en contra de esta

²¹⁷ ver anexo “acta declarativa” 15 de julio 2002

²¹⁸ Ver anexo del “Acta de cierre 2 de 3 multa 2004”

²¹⁹ Ver anexo del “Acta de cierre 1 de 3 multa 2004”

acción, muchos de los muchachos que tenían programas otros días, asistieron a la universidad al saber lo que pasaba. La transmisión oficialmente cerró a las 4 de la tarde, con el aseguramiento precautorio, poniendo sellos al transmisor de FM quedando como depositario interventor designado el Profesor Juan Fernando Reyes Peláez²²⁰, se selló el cable de la antena, y la computadora de transmisión así como 4 micrófonos.

Las razones del cierre se dijo siempre que fueron las establecidas en el acta de la SCT, muchos de los que estuvieron en la radio así como profesores y otras personas están en común acuerdo, que fue un concesionario quien “puso dedo” contra la estación, “La radio fue cerrada por que OIR interpuso una queja a SCT”²²¹. Los medios comerciales llegaron a sentirla (a la radio universidad) como una amenaza²²², como dijera el MC Lerins Varela Castro:

*Ésta (la radio universidad) se estaba convirtiendo en una competencia para las radios comerciales (y además que) no se recibió el apoyo adecuado por las autoridades universitarias...de hacerlo no se hubiera cerrado...por que no se tomaron las decisiones rápidas...no se defendió... por muchas cuestiones...por inanición se murió esta radio...y el regionalismo... si esto hubiera sido en la escuela de comunicación en Saltillo otra cosa hubiera sido*²²³.

En una llamada telefónica al Ing. Vito Alessio Bujanos, subdirector de comunicación de la SCT en 2005, se le preguntó si existía una lista de las quejas de concesionarios o permisionarios entre 2001 a 2003, manifestó que no existe un listado tal, que nunca ha existido, y que en La Comarca Lagunera no se ha dado ninguna queja de cualquier índole de parte de ningún concesionario o permisionario.

Además las primeras cartas que se enviaron a SCT Torreón y a SCT Saltillo, desaparecieron misteriosamente, pues nadie sabe que pasó con ellas, además

²²⁰ Ver anexo del “Acta de cierre 2 de 3 multa 2004”

²²¹ Entrevista con **Cobian**

²²² Entrevista con **La Coordinadora**

²²³ Entrevista con **Lerins**

que al recibir de enterado en la oficina de SCT Torreón, el encargado de recibirlo era un señor de la tercera edad que no dio mayor importancia al asunto, y se firmó de recibido.

Lo que sí está en papel, son las actas de cierre y las contestaciones de la oficina del abogado general, -esto entre noviembre y diciembre de 2002- donde se da respuesta a la SCT y se solicita el permiso y se le indica a la autoridad que esta radio es de carácter cultural, universitario y se manda el proyecto y las especificaciones. En otro comunicado se le indica que esta radio no puede ser re-abierta y que debe pagarse la multa correspondiente para evitar futuras sanciones o problemas con futuras solicitudes de permisos.

Entonces se plantea la opción de hacer una radio cultural en el edificio de la *Infoteca*²²⁴ en la Ciudad universitaria, (aún era directora Gabriela Aguilar) los muchachos y el profesor continuaron en el proyecto, se siguió trabajando en producción radiofónica, preparando los papeles y los proyectos por escrito²²⁵ de los programas que aún no los tenían, la barra programática nueva que se enviaría a SCT, y afinando los detalles sobre la organización, puestos de mando, curriculum de los que serían candidatos a las plazas que la rectoría planeaba dar, y los proyectos de infraestructura necesarios para llevarlo a cabo. Puesto que nadie era trabajador de la radio, es decir todos trabajaban sin remuneración, “la hacían gratis”

El proyecto se redactó y reacomodó, ahora para que fuera un proyecto con miras a hacerse en Saltillo, Torreón y Monclova, que fuera liderado y apoyado en la otras unidades por el Prof. Fernando Reyes, el egresado Jorge Sadi y el alumno Roberto Pérez Peña, (Max Contreras ya trabajaba en CU como encargado de

²²⁴ Es el centro de información ubicado en la Ciudad Universitaria, es como la biblioteca central de la UNAM, a menor escala por supuesto, con un sistema de cómputo con Internet para los alumnos, y aulas para realizar conferencias y seminarios.

²²⁵ Ver anexos

audio y video del Centro Cultural Universitario, esto lo imposibilitaba a tener otra plaza), todo iba en orden hasta ese momento los alumnos serían los encargados de la operación de la radio, habría sólo unas cuantas plazas para estos encargados y lo demás sería cubierto por servicio social, alumnos con becas especiales, y voluntarios, la rectoría sería la encargada directa y la gestión creativa y productiva a cargo de la radio de forma autónoma. Los permisos se comenzaron a tramitar para hacer la radio cultural de la U A de C y se envió la papelería a SCT México, hubo entrevistas y el rector estaba tras el proyecto con mucho ánimo en diciembre de 2002.

El problema se da cuando vienen los procesos electorales, y hay cambio en la dirección de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, entra otro director, que nunca había participado con la radio de forma directa, (únicamente en un programa o dos como invitado) y que nunca la escuchó (sólo por pláticas con algunos alumnos y radio escuchas) puesto que es una persona que no le agrada la *“música, las voces o el ruido fuerte”*²²⁶.

Hubo fricciones con el profesor Fernando Reyes y con Max Contreras, puesto que el profesor Fernando le reclamaba: por que *“andaba diciendo en su campaña que él iba a abrir la radio, sin siquiera saber que pasaba”* además de querer interferir y tomar control de ésta.

El Director comenta al respecto que muchos alumnos lo culpan pero *“que son injustas estas apreciaciones de que él podía aperturar la radio”*²²⁷ a él le llega el documento de cierre de la estación, la sentencia legal y donde se pide que entreguen el equipo, la confiscación.

²²⁶ Entrevista con el Lic. en Psicología y Maestro en comunicación educativa por la IBERO **Roberto López Franco**, actualmente es el director de la FCPYS de Torreón, tiene 7 años actualmente trabajando en la universidad. Nos referiremos a él en adelante como (Director)

²²⁷ ídem

El problema se agrava, el director solicita el proyecto por escrito, el cual, se le da, y se queja de que no tiene todo, de que le falta información el profesor encargado del proyecto Fernando Reyes se molesta con la situación, y decide abandonar el proyecto.

En Saltillo mientras tanto, se pasa por un bache burocrático, puesto que los abogados de ahí desconocían la legislación de radio y televisión y además se puso en espera ya que venían las elecciones de rector y de coordinación (2003) y con el problema suscitado entre el director de F C P y S y el director del proyecto Fernando Reyes. Al salirse éste (junio 2003) se observó que se le da un respiro a la situación y quedó parado el proyecto.

El profesor intentó hacer otra radio de similares características en su propia casa, con ayuda de los alumnos, pero el llamado fue menor, los muchachos no podían debido a la distancia tan alejada de la casa del profesor, y el proyecto terminó por enfriarse y morir, ésta se llamó "*1 radio*". El profesor emigra a Baja California y pierde contacto con algunos de los alumnos y egresados del proyecto así como con la universidad.

Es en 2004 cuando llega la resolución de cierre de SCT y la multa a la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, la cual, es pagada por la Rectoría²²⁸, el monto según documentos de la SCT fue de \$21, 075 pesos²²⁹.

El director de FCPYS decía que "*se pone a buscar recursos...la multa fue como de 62mil pesos*" el Director manifestó que él le lleva el documento a rectoría y ahí él le pide al rector que haga los trámites para una radio cultural para la Universidad, que sea manejada por los estudiantes de F C P y S, esto en el año 2003. Un poco desfasado este comentario, puesto que para cuando él entra al

²²⁸ Entrevista con el Ing. Industrial y de sistemas, Maestro en Administración **Jesús Ochoa Galindo** tiene 23 años trabajando en la institución, actualmente es el Rector de la Universidad Autónoma de Coahuila en su segundo periodo. Nos referiremos a él en adelante como (Rector)

²²⁹ ver archivo anexo "acta de cierre 4 de 6 multa 2004"

cargo de director ya estaba todo el plan y todo los trámites en camino, el rector sabía de este proyecto y se trabajaba para cumplir con las exigencias de SCT.

El rector comenta lo de la multa:

El tesorero estaba muy preocupado... pero se pagó con mucho gusto... por que es muy importante para los estudiantes...como laboratorio. Se contrató un despacho de asesores en Monterrey... y se ha cumplido en tiempos y formas, aún no hay respuesta...los recursos están asignados...estamos esperando que nos dé la respuesta...se ha estado insistiendo...el recurso está etiquetado²³⁰.

El proyecto sigue adelante, se hizo la solicitud de 2 radio difusoras, una para Torreón y otra para Saltillo en FM. Pero ahora no será igual que antes, la Rectoría será supervisora general junto con el departamento de Jurídico, realizando el monitoreo, van a designarse encargados por facultad para la programación, y un reglamento muy estricto para los programas que se quieran integrar. Va ser manejada por jóvenes en el aspecto técnico de operar y de locución. Se tiene el proyecto de infraestructura y el proyecto legal. Se creía que para Mayo de 2005 estarían los permisos, pero aún no ha habido respuesta.

Conclusiones:

La radio universitaria estudiantil en la U A de C, fue una realidad, que tuvo dos vertientes, la primera, que fue por cable, que inició y terminó siendo un proyecto de alumnos que buscan la práctica del medio para el beneficio propio y el de los jóvenes que vinieran de las siguientes generaciones. Termina y queda en el olvido. El siguiente experimento, ahora de mano de un profesor, es un proyecto que surge como la necesidad de un espacio para práctica profesional de los alumnos, y como un espacio de experimentación y de la difusión de las ideas y de los quehaceres de la universidad, y con el paso del tiempo se convirtió no únicamente en eso sino también en un proyecto encaminado a las necesidades

²³⁰ Entrevista con el Rector

sociales, como espacio de crítica social, política y escaparate de la música local, nacional e internacional, la cultura y el arte.

Este experimento fue también un sitio donde la forma de radiodifusión sí bien no cambió de manera radical, sí planteó propuestas y formas de transmisión diferentes y con alternativas que propusieron e influyeron en los medios de la localidad, tanto comerciales como culturales, y que en la comarca sentó precedente por ser el primer medio universitario existente y del cual se habló en los medios de comunicación, ya no sólo como un experimento de jóvenes, sino como una alternativa audible y presente en el cuadrante. Además de permitir la plural e incluyente participación de la comunidad universitaria en un proyecto de libertad de expresión pero con responsabilidad y que en las universidades de la comarca influyó positivamente para la aparición y la exigencia de este tipo de medios y espacios para los estudiantes e hizo voltear la mirada hacia la carrera de comunicación y las diversas universidades que la enseñan.

Lo que es innegable, es que este experimento, que tuvo mucho de bueno y fue muy importante, pecó de inocente, puesto que la normatividad del gobierno implica algo más que enviar una o dos cartas de aviso. Así como también las autoridades de la universidad, en un principio las de la facultad, hicieron bien en apoyar, pero faltó más visión o asesoría para plantear la problemática de un permiso de radio con la SCT.

Algo también importante a resaltar es el poco conocimiento que se tiene de la normatividad e inclusive del poco contacto que esta clase de proyectos tienen con otros similares, o con instituciones como la AMARC de México, que pudieran haberles ayudado a vislumbrar el entorno político por el que se estaba pasando en la época que esta radio surge, y en el cual, las radios de tipo comunitario, social o universitario que surgían en el espectro radioeléctrico que surgían, o solicitaban permiso ante la SCT, generalmente se cerraban, sin mucho tiento.

Otra cosa más al pasar este caso a las instancias mayores de la universidad, estas se vieron lentas en su actuación, pero esto al final “se justificó”, con el cierre en beneficio de la universidad, para un proyecto mayor en camino.

Ahora lo que quedará como reto o labor a cumplir, es que el carácter plural e incluyente de la radio universitaria estudiantil continúe en la que vendrá, de carácter institucional, una estación que permita la inclusión de las vertientes mas dispares de la comunidad universitaria y de la ciudadanía en general, donde la sociedad civil pueda ingresar, opinar e influir en la programación, y no sólo contar con un medio que siga lineamientos caducos de lo que la radio debe ser, basados en los formatos culturales ya muy gastados y conocidos.

Capítulo 4

Las Radios Universitarias Estudiantiles de La Comarca Lagunera:

Las Universidades Privadas:

El Instituto Tecnológico Sierra Madre

El Tecnológico Sierra Madre no tiene una radio institucional, ni tampoco una interna generada por universitarios, en el tiempo que tiene en la ciudad de Torreón que es desde 1993 a la fecha, sólo ha habido un intento registrado en la dirección a cargo de un profesor llamado *Alejandro Muñoz*, que presentó la propuesta ante rectoría y ante la dirección, para hacer una radio interna, en la cual, los alumnos pudieran tener acceso a información, tanto de entretenimiento, como cultural, y que a su vez tuvieran programas variados de tema libre.

Este intento pionero sólo duró un año, puesto que el profesor se fue, y se comenta, que no se le dio seguimiento al proyecto por falta de recursos para echarlo a andar. Hay algún documento escrito y un material de audio que se envió a rectoría en Monterrey, sólo que hubo cambio de rector y de vicerrector, lo más probable es que la información se haya perdido.

Pero en si, ésta sería una radio de uso interno de la institución para sus fines de comunicación interna y de promoción. Al preguntarle a la directora *Lic. Alma Leticia Sosa Rangel*²³¹ si les interesaría transmitir al exterior por medio de Internet o de cable, la respuesta fue que primero sería algo interno, para establecer algo

²³¹ Entrevista con Lic. En administración de empresas *Alma Leticia Sosa Rangel*, 5 años trabajando en el campus de Torreón. Actualmente es la Directora de esta institución.

en concreto y que tal vez en un futuro si les interesase salir al exterior. (Al parecer no es así, más bien no se sabe como hacerlo y no se piensa en ello tanto) La directora manifestó que se tiene la intención de darle seguimiento al experimento de la radio en este año, pero ésta aún en planes.

Actualmente un recién empleado, un joven egresado de la carrera de comunicación de la misma escuela *Guillermo Padilla Orozco*²³², quien tiene a su cargo el área de audiovisuales y talleres de comunicación que tiene poco tiempo de estar trabajando, está a punto de presentarle un proyecto a la dirección para realizar una radio por Internet, al parecer, tiene experiencia en hacer radio por Internet. Este proyecto sería de uso interno, para los estudiantes de comunicación y de otras carreras, para que se aproveche al máximo el equipo que se tiene en la escuela, en donde puedan participar todos y que éste continúe a través del tiempo pase lo que pase, y venga quien venga, que sea de jóvenes y que pudiera crecer más en un futuro.

Es un proyecto pensado más para el uso de los del Tec Sierra y su vinculación interna y prácticas académicas, que un compromiso con la sociedad o una búsqueda por algo alternativo. Esto nos lleva a pensar precisamente que este experimento a realizar es más de integración como comunidad universitaria que como de vinculación con la sociedad, en parte por que es una universidad relativamente joven y con poca presencia social.

La propuesta que está planteando al parecer solicitara el apoyo de una profesora en comunicación la *Lic. Gabriela Díaz*²³³ que tiene peso en la institución y una vinculación estrecha con los alumnos, lleva 5 años ahí y tiene un espacio con el

²³² Entrevista con Lic. En comunicación del Tec Sierra Madre *Guillermo Padilla Orozco*, actualmente empleado del Tec Sierra Madre de los talleres y del área Audio Visual.

²³³ Entrevista Lic. en comunicación por la IBERO *Gabriela Díaz*, profesora del Instituto Tecnológico Sierra Madre con 5 años trabajando en la institución. Nos referiremos en adelante a ella como (M Gaby)

Instituto coahuilense de la juventud (**ICOJUVE**) en una radiodifusora comercial local para la presentación de programas en la radio todos los sábados de 2 a 8pm. Ella nos comenta que en lo que lleva de tiempo en la escuela no ha conocido ningún proyecto de radio mas que uno que presentaron, (que al parecer es el mismo del que habla la directora del 2004), el cual, era para integrar a los alumnos, que tuvieran una cohesión como comunidad universitaria, debido en parte a que no hay un espíritu en conjunto de unidad entre universitarios del Tec Sierra, puesto que los alumnos no tienen clases junto, regularmente, debido esto a que mucho trabajan o escogen horarios diferentes y variables. Esto fue parte de lo que se hizo que se cayera el proyecto por falta de participación de los alumnos.

La profesora comenta que falta infraestructura en la escuela, pero no el apoyo, pero que hay poca pasión por la carrera de comunicación y las ganas de hacer las cosas por parte de los alumnos, y que ese tipo de experimentos de radio no aparecen comúnmente, por que los alumnos son mas bien apáticos y no se comprometen en serio con la carrera y con la institución.

Aunque los alumnos manifestaron en las entrevistas, una falta de apoyo por parte de la institución y limitantes por parte de la dirección, además de que no pueden operar el equipo que se tiene en la cabina de radio, por ejemplo, y solamente el encargado de ahí tiene acceso al uso del equipo pero los estudiantes no pueden emplearlo.

El Tec Sierra Madre en cuanto a la carrera de comunicación es comúnmente conocido entre los estudiantes de la comarca, por ser una escuela de “*Refugiados*”, es decir, personas que no pudieron entrar en otras universidades por costo o por matrícula, o que salieron de otras escuelas y entraron ahí a terminar, revalidando materias.

Conclusión: El Tec Sierra Madre no tiene un sistema de radio interna o externa de ninguna especie, el único intento al parecer por lo que cuenta la directora *Lic.*

Alma Leticia Sosa y la profesora *Lic. Gabriela Díaz*, surgió uno muy insipiente hace unos años y quedo en el olvido. Lo que sí tiene el Tec Sierra Madre es participación en la radio por medio del **ICOJUVE**. Pero debido a la poca integración de los alumnos y la interacción de estos con la dirección, y posiblemente la apatía de ambas partes, -con sus excepciones-, es que no ha existido un proyecto que fructifique mas allá de proyectos de vinculación con radio comercial con fines académicos y concursos de creación radiofónica. Hay que destacar que algunos de los alumnos que se involucraron en este tipo de experimentos radiofónicos, incluido el que fue registrado en esta investigación, se sabe que se integran a los medios de comunicación comerciales.

Universidad Autónoma de la Laguna (UAL)

El tipo de radio universitaria estudiantil que manejamos en esta investigación, ha aparecido en la UAL solamente una vez, de la que se tiene memoria y ésta fue por Internet, en el año 2003, fue un experimento que comenzó como inquietud de alumnos y que una profesora ayudó a darle forma, este proyecto duro 4 meses y desapareció en gran parte, -comentan- porque la profesora se fue a trabajar a una escuela pública y abandonó la UAL²³⁴, y los alumnos ya no le dieron seguimiento al proyecto. La dirección IP era: 200.23.18.150 y el nombre o su slogan al parecer era "*Expresión de tus sentidos*"²³⁵.

Durante este tiempo destacan dentro de sus logros (los que llegaron a oírla), la entrevista al Vice-Rector²³⁶, ya que generalmente transmitían música por ahí y otros experimentos de programas.

Esta radio que duró 2 semanas o dos meses como proyecto de los alumnos de la carrera de periodismo de 5º y 7º semestre y pasó a manos de los estudiantes de ingeniería en sistemas por los siguientes 2 meses, para probar la red de la UAL y ver si el servidor no se "caía" o algo; por lo cual, las transmisiones fueron puramente musicales ya que la profesora encargada, no sólo se fue, sino que fue despedida de la institución y el proyecto cayo al olvido y se desmanteló el aula que había sido asignada y acondicionada, y el equipo reasignado a otras áreas, además de que los alumnos perdieron el interés.

²³⁴ Entrevista con el Lic. En administración de empresas y Doctor en educación **Jorge Caballero**, Decano del área de Humanidades de la universidad, lleva trabajando en la institución cerca de 10 años. Nos referiremos a él como (Decano)

²³⁵ Entrevista con la Lic. En comunicación por la UA de C, **Alejandra Pérez Chávez**, ella es asesora de comunicación y jefa del área de comunicación, actualmente tiene 4 años trabajando en la institución. En adelante nos referiremos a ella como (Lic. Ale)

²³⁶ Entrevista con el Ing. En electrónica **José Carlos Rojas Muñoz**, actualmente es el director de sistema de redes de la universidad. Tiene 10 años trabajando ahí. En adelante nos referiremos a él como (Ing. José)

Los alumnos involucrados egresaron y el problema es que los documentos del proyecto así como los “demos” generados no están en poder de la universidad o de algún profesor, y no se tiene copia de ellos en la Universidad, uno de esos muchachos se fue a Monterrey donde hizo su radio alternativa por Internet pero no se tiene mas contacto con él. Los otros alumnos que participaron en ese intento casi todos trabajan en los medios de comunicación de la comarca.

La UAL, en si, lo que ha llegado a realizar son generalmente prácticas o programas especiales en radiodifusoras locales de grupos en convenio, como con *GREM*, *OIR* y *Radorama*, en las cuales participan alumnos de la carrera de periodismo y de otras universidades, pero siempre enfocados a una actividad en específico, es decir, no como una radiodifusora como tal con un seguimiento, sino mas bien para situaciones esporádicas y especiales, y generalmente como complemento o apoyo de las exigencias del taller de radio de la carrera.

Han tenido por ejemplo la ocasión de usar bocinas y equipo de baja frecuencia (micrófonos, amplificadores, etc.) afuera de la cafetería por eventos como el 14 de febrero, o por festividades propias de la universidad²³⁷, pero no como iniciativa que fuera constante y sostenida, y muchas veces como parte de la materia de periodismo radiofónico.

Por otro lado está por salir al aire la radio institucional de la UAL, la cual, será de tipo cultural y funcionara con apoyo de estudiantes, profesores y personal de medios especializados que serán contratados.

La radio UAL, está en proceso de creación, aunque ya lleva el proyecto en construcción desde 1999²³⁸ uno de sus principales objetivos es servir de prácticas,

²³⁷ Entrevista con el Medico Cirujano y Maestro en sexología **Jamil Darwish**, actualmente es vicerrector de Universidad y tiene trabajando en la institución desde que inicio. Nos referiremos en adelante a él como (vicerrector)

²³⁸ Entrevista con la Lic. en comunicación **Rocío Micher**, ex directora de la Radio Torreón, ahora es directora de la naciente radio institucional de la UAL. Tiene menos de un seis meses en la universidad. Nos referiremos a ella como (Lic. Micher)

o de laboratorio en vivo y en directo para los alumnos de la UAL de la carrera de periodismo (vicerrector), y se plantea que esta radio será manejada y constituida por estudiantes, en guionismo, locutores, productores, con el apoyo de profesores y de la directora de esta radio Lic. Rocío Micher ex-directora de radio Torreón.

Además de ser un *plus*, un valor agregado para la universidad, ya que la carrera de periodismo está en crisis puesto que no tiene mas que dos grupos de alumnos en 5º y 7º y no hubo inscritos este año.

En las pláticas que he concertado puede verse que este es el carácter con el cual siempre se hacen cuestiones de radio en este plantel, mas como puramente algo académico y con fines de aprendizaje técnico, que con miras a algo más, aunque en estos experimentos la creatividad se busca, y algunas veces surgen los tópicos sociales de interés, aunque más desde un enfoque periodístico y de sondeo que de otra índole. Aunque se plantea que la radio institucional será cultural y pensada en la comunidad lagunera, con intercambios con otras radios europeas y nacionales.

La encargada del área de comunicación de la universidad nos comenta que ve que este tipo de experimentos o proyectos radiofónicos independientes, hechos por los alumnos de manera totalmente propia, no son comunes debido a una mentalidad que traen los muchachos de ver a la escuela como Papá y gestor de todo y ellos piden los permisos y no sólo eso, sino que quieren que les digan como hacer las cosas y como actuar frente a tal o cual situación, es decir, el interés que llegan a tener por la radio siempre está ligado a la calificación que tienen que ganarse para el curso, y en comentarios del vicerrector, es posible apreciarlo, ya que para él, *“los experimentos de programas son buenos por que los alumnos*

sacaron buena calificación y que obtuvieron la experiencia práctica que les puede servir en el exterior”²³⁹.

Los alumnos por su parte dicen que ganas sobran pero que el burocratismo de la institución apaga sus esperanzas, ya que nunca resuelven y además que el principal pretexto es que la inversión en estos proyectos se ha quitado, o no se ha favorecido, por que existe el proyecto de la radio cultural por FM que vienen gestando desde 1999, y a la cual, le quieren dedicar de lleno todos los recursos²⁴⁰.

Los alumnos lo que temen es que sus esfuerzos no sean tomados en cuenta y que la radio sea sólo una fantasía a la que no podrán acceder, uno de estos muchachos es el alumno Abraham Jacobo Díaz Chávez, quien planteó un proyecto auto-sustentable, tanto económicamente como en infraestructura, con patrocinadores para la pagina de Internet, lo único que querían era que se les asignara un sitio en la universidad para operar una radio por Internet.

No se le dio seguimiento por cuestiones administrativas, burocráticas y supuestamente por que el objetivo es la radio cultural institucional y este proyecto nunca salió al aire.

Conclusiones: Las manifestaciones como proyectos alternativos son raros en esta escuela privada, que tiene 17 años de antigüedad y un sólo intento nacido de estudiantes, que contó con el apoyo técnico y de infraestructura y el animo de profesores y alumnos, pero que se vino abajo al salir una de sus principales pilares una profesora, *Maria del Carmen Flores*, pero al ser despedida el proyecto cayo al olvido.

El siguiente que apareció liderado por alumnos de 5º y de 7º y que no ha sido tomado en consideración en palabras de ellos, ha sido olvidado, lo interesante de este proyecto es que estaba pensado desde una perspectiva de hacer algo

²³⁹ Entrevista con la Lic. Ale

²⁴⁰ Entrevista con el alumno de 7º comunicación *Abraham Jacobo Díaz Chávez*. Actualmente trabaja en la radio comercial en 100.3 FM y en 95.5 FM. Nos referiremos a él en adelante como (Abraham)

diferente a la radio que hay, es decir, con “*contenidos*” con programas de interés juvenil, sobre drogadicción y temas de actualidad, pero estos muchachos pensaron desde una perspectiva mas empresarial, su organigrama lo definían como gerencias y vendedor de espacios, es decir, esperaban sacar recursos de esta radio por Internet, ya que pondrían banners y publicidad propia de Internet, su nombre al parecer era “*Radical*” o “*Reactor*” el slogan era al parecer “*música a tus neuronas*”.

Ellos buscaban el Internet para no tener censura en sus opiniones y creo que parte de querer hacerla comercial es que varios de ellos ya trabajan en los medios de la localidad y en parte también por el enfoque de la universidad que está adecuándose a las necesidades de las empresas en la región, y motivando la participación de sus alumnos en éstas, en los medios comerciales.

Esto es interesante ya que querían ser alternativas pero con ganancias para sus fines escolares de viajes y otras cosas. ¿Una empresa de comunicación alternativa? Este Experimento nunca fue aceptado y no transmitió nunca y lo malo es que sus creadores, al no tener respuesta eliminaron los archivos de audio y de documentos que tenían en su poder.

En perspectiva el único intento que si logro confirmarse fue el del año 2003, de la generación que salió en el 2004, y esa tenia también como eje de su creación que los alumnos tuvieran las habilidades para desenvolverse en el campo de los medios y que le perdieran “el miedo al micrófono”.

Cabe destacar que en la actualidad la UAL tiene un permiso para transmitir por FM y que están en proceso de gestación como indica su directora y que lo que les preocupa a ellos es como hacer o lograr que los jóvenes participen de modo responsable en la radio, en conjunto con profesionales, para que tengan la experiencia práctica y en vivo del medio, y que sea de calidad y los muchachos se

preocupan de que no les vayan a permitir el acceso y que para colmo sea ésta una radio puramente cultural o cuadrada y que no les dediquen espacio a sus proyectos de comunicación y a sus gustos.

Lo que se puede ver es que esta universidad privada tiene mecanismos muy estrictos en cuanto a su control sobre los medios y las disposiciones que establece para la participación y los muchachos tienen inquietudes mas de ámbito de aprendizaje para el mundo laboral que para el beneficio social. Aunque todavía no hay nada claro en cuanto a la radio institucional los muchachos temen que no serán incluidos y sus proyectos olvidados, la dirección dice lo contrario, esperemos el resultado.

Universidad Iberoamericana Campus Laguna

La radio ibero comienza su vida activa por Internet el 14 de noviembre de 2002, en los medios se da a conocer el día 14 y se inaugura oficialmente el 15 de noviembre de 2002²⁴¹. La radio se llama *Interactiva versión 4.5* (el número es por el kilómetro en el que está la universidad en la calzada iberoamericana, de la carretera a San Pedro), actualmente el slogan es “acuasonica”, y el vestido de la estación lo van cambiando cada año, en esta ocasión es *Interactiva H2I*. Es la única radio que ha existido en IBERO Laguna. Su logotipo es una gota de agua con las letras por dentro y la “I” tiene forma de transmisor²⁴² La voz oficial de la radio es Claudia Mendiola, que es profesora de asignatura de la universidad.

Se encuentra ubicada en el complejo del centro de comunicación educativa, tienen una cabina exclusiva de producción para la radio totalmente equipada, computadora, micrófonos, mezcladora profesional, software de edición no lineal, y otra cabina para la transmisión en vivo, también totalmente equipada, que sólo se utiliza en eventos especiales, pues la programación es automatizada, los programas son grabados previamente, y después se suben al servidor, que tienen especialmente designado para la radio.

Transmiten todos los días, todo el día, con un formato 3 por 8, es decir, la programación se repite 3 veces al día, dura 8 horas la programación, con programas y música, (esto pensado para que se escuche la radio internacionalmente, por las diferencias de horario), así que la cabina está generalmente sola, el servidor funciona por su cuenta, la única ocasión que hay alguien es cuando se carga la nueva programación, en el caso de los programas que transmiten una vez por semana. La radio transmite por Internet, pero también tiene unas bocinas colocadas en un área del plantel donde se pueden sentar a

²⁴¹ Ver anexo de El siglo de Torreón

²⁴² Ver anexo UIA

escucharla, es cercana al complejo de comunicación educativa. La radio cuenta con apoyo de la dirección, que les permitió y les asigno el lugar en donde están, por otro lado los encargados del área de comunicación educativa y del “taller de sonido”, son los mismos que presentaron el proyecto inicial de la radio.

La radio ibero comienza como un proyecto presentado por Víctor Elizalde²⁴³, que fue el primero en plantear el proyecto, como una necesidad básica para que los alumnos de comunicación pudieran presentar lo que hacían en el taller de radio, para que pudieran tener una crítica de su trabajo en el taller y además como práctica profesional de los medios, es él quien invita a Oscar Martínez Reyes²⁴⁴, que señala que tenían como reto pasar por Internet y presentar algo diferente a lo que se pasa en la radio comercial, no sólo pasar música sino tener “contenidos”, programas alternativos o diferentes, puesto que esta radio también busca que su formación profesional les ayude a perder “el miedo al micrófono” y a realizar investigación de medios, y profesionalizarse haciendo trabajos de calidad.

La radio comenzó como propaladora, es decir, por bocinas hacia el exterior, y se utilizaba el *Winamp* y mucha música, el proyecto es pensado por 3 Profesores de aquel tiempo, por que primera vez se abrió el taller de sonido en 3 grupos (60 alumnos aproximadamente), y los tres profesores asignados a las materias Héctor Becerra, Paco Javier y Víctor Elizalde, se organizaron, para plantear el proyecto a la dirección, junto con algunos alumnos entusiastas, Bernardo Arrollo, Gerardo Ríos, Caro Ríos, Ana Lilia Valle, Melissa López, Carmen Mendiola, Brenda y Janet, Carmen Lazalde, Miguel Ángel Cornejo, entre los que se recuerda, algunos de ellos trabajan en al radio comercial actualmente. Entre los tres profesores le

²⁴³ Entrevista con Lic. en ciencias de la información por la ISCYTAC *Víctor Elizalde* es el encargado del área de comunicación educativa tiene 6 años trabajando en la universidad. (nos referiremos a él como Víctor)

²⁴⁴ Entrevista con *Oscar Martínez Reyes* Lic. en comunicación organizacional por la UANE, encargado del área de audio y responsable de la estación de radio de la IBERO, tiene alrededor de 3 años trabajando en la universidad. Trabajo en Radio Torreón y en el norte de la republica en colaboraciones espaciales para radiodifusoras fronterizas. (nos referiremos a él como Oscar)

pusieron el nombre de Interactiva 4.5. La radio salía 3 veces al día entre clase y clase, 30 minutos, y eran manejado por los alumnos.

Víctor pone presión para ampliar la zona de cobertura de las bocinas, pues la dirección no quería que pusieran muchas bocinas por temor a que interrumpieran las clases, y se planteo entonces, hacer el proyecto por Intranet primero y por Internet finalmente, que es cuando invita a Oscar, pues el tenía experiencia en hacer y levantar radiodifusoras. La radio entonces se lanza por Internet, de hecho es la primer radiodifusora por Internet entre las universidades de la comarca, e inclusive primero que la IBERO Santa Fe, en México, (ellos primero fueron por FM y después por Internet), la radio de Torreón es primero por Internet, y ahora busca el FM. Al entrar el proyecto por Internet, el número de participantes disminuyo, a un total de 20 alumnos aproximadamente.

Al estar por Internet, se hace un estudio de “mercado interno”, a nivel chavos, y se formo la estructura básica de la radio. Donde Víctor y Oscar son quienes toman las decisiones sobre la estación y la programación, y los responsables de la misma, de los jóvenes más entusiastas, son el que hace el programa “la Naranja Metálica” Jorge Alejandro Gutiérrez Vásquez²⁴⁵ de 9º semestre que participa cerca de 2 horas diarias y una chica Claudia Patricia Delgado de la Garza²⁴⁶ que hace su servicio becario en la estación.

El organigrama es simple: a la cabeza el coordinador del centro de comunicación educativa, después el responsable de la Estación, y después los jóvenes que encabezan el proyecto de los programas, es decir, los productores, y locutores. Los profesores no reciben un estímulo extra por su participación en la radio.

²⁴⁵ Entrevista con el alumno *Jorge Alejandro Gutiérrez Vásquez*, alumno de 9º semestre de comunicación, tiene un año y medio participando en la radio y tiene su propio programa “Naranja Metálica”, trabaja sin remuneración alguna.

²⁴⁶ Entrevista con *Claudia Patricia Delgado de la Garza* alumna de 8º semestre de comunicación, esta como becaria en el centro de comunicación educativa, apoya a la radio en la realización de programas, apoyo técnico, propuestas, locución, etc. Tiene un año y medio en la estación.

Los fines de esta radio son: Difundir los eventos internos y externos de la universidad, que sea la voz de la IBERO, y que sea una herramienta de práctica real para que los muchachos de comunicación aprendan a hacer radio y que ésta sea una radio diferente, y tratan de innovar, hacer radio por Internet con su propia identidad. La frase que resume a esta radio sería “*si no es aquí donde*” pues es el espacio donde pueden los chavos experimentar y probar cosas nuevas que en el medio comercial o cultural, no lo podrá hacer completamente.

La radio se da a conocer con los chavos a través de una platica al entrar a la carrera, y cuando se les da el taller de radio. La radio se tiene como beneficio adicional de la universidad, y eso lo difunde el departamento de difusión.

Los programas se hacen por medio de petición con un proyecto, y 4 programas piloto grabados, se plantean a Oscar, y este y Víctor deciden cual entra y cual no. La participación en la radio es plural, puede participar cualquier alumno de la universidad y externos, no hay preferencias, ni exclusiones, eso en cuanto a los programas, puesto que la estación es automatizada, no requiere de muchas personas que entren en contacto directo con el servidor y la cabina de transmisión. Se tiene un reglamento interno que es el que rige a la estación, además de los lineamientos de la universidad, sólo se tiene ciertas restricciones básicas, que sean responsables, y respetuosos en sus programas, que se comprometan. Los programas son realizados en su totalidad por los alumnos y sólo reciben el apoyo de los profesores, en cuanto al manejo del equipo.

La música es planteada y estipulada por el responsable de la estación y a veces con participación de los alumnos más involucrados, la música está organizada en barras de una hora, de un mismo genero, con bloques reconocibles de varios géneros ranchera, rock, etc., pero la predominante es el pop del “*Top Ten de MTV*”, hay alrededor de 6 mil canciones clasificadas y catalogadas y 2 mil en

proceso de categorización. El catalogo musical se ha formado de aportaciones de profesores y alumnos de la universidad. El problema que enfrentan es que tienen dos públicos base, alumnos y profesores y directivos de la universidad, y esto los obliga a mezclar el pop, con otros géneros como la ranchera, banda, el jazz, etc. Entonces los bloques son intercalados, uno de pop, uno de jazz, y así consecutivamente con otros géneros.

Actualmente los programas de la radio están en temporada baja, se tiene un sólo programa transmitiendo, "*La naranja Metálica*" el cual, ahora transmiten en la radio comercial por AM en *Radiatorama*. Aunque se tienen algunos proyectos en "espera" de aprobación, debido a que aún no han cumplido con todos los requisitos o en afinación de detalles, como "*Pudor cero*", "*Sonido de acetato*" y "*Entérate*".

Los programas son grabados y se archivan generacionalmente, se tiene un aproximado de más de 100 programas grabados, entre ellos programas como "*Ellas*" dedicados a problemáticas de las mujeres desde una perspectiva psicológica, "*El basurero, la música que no debió ser*" que habla sobre la música de que artistas y que canciones no sirven, con investigación de fondo, "*Recreando la Ibero*" un programa donde el Rector de la Ibero iba a la radio y la gente de la Ibero le proponían proyectos y con peticiones serías y el rector lo solucionaba para el próximo programa. "*La luna de Japón*" un programa que habla sobre la cultura japonesa del *comic*, de los samuráis, los videojuegos, etc., este programa echo por jóvenes de la U A de C, "*Diáspora*" con Lucy Navarrete un programa sobre la cultura de medio oriente. "*Cine-enredos Forever*" que es un programa sobre el cine, películas, etc., "*Magis*" un programa de la planta académica de la universidad y "*Que me entierren con la banda*" sobre música ranchera entre otros.

Los promocionales tienen de corte institucional, de concientización, de identificación de la radio, de los programas, de la hora, sobre eventos de la IBERO

y también algunos de dependencias gubernamentales, como el IFAI, o Secretaria de Salud. Se identifican cada hora. Los promocionales son de 30 segundo y algunos máximo de 1 minuto.

El contacto con los radioescuchas, se tiene por mail en su mayoría, puesto que el contacto cara a cara es mínimo, y cada programa tienen sus mecanismos de interacción.

Se tiene contacto con otros organismos como el ICAI (instituto coahuilense de la información), con las universidades con carrera de comunicación, se les abre las puertas y con preparatorias. Inclusive se tuvo contacto con la radio de la U A de C, pero no paso de simplemente pláticas con algunos alumnos y con el encargado del proyecto.

Los principales problemas de la estación, son la falta de jóvenes, la falta de interés de los jóvenes de la universidad para realizar programas e integrarse a la estación de radio. Tienen poca continuidad, los muchachos, y como no hay un presupuesto asignado a la radio, y no pueden contratar a nadie para trabajar en el proyecto, ya todo se hace por amor al arte. Los mismos pioneros señalan que es lamentable que teniendo el equipo y las facilidades para la realización, no aprovechen, por que el equipo que tienen ya lo quisieran tener en otras universidades, tan sólo para el taller de radio.

Esta radio comienza con un aproximado de 20 muchachos participando principalmente por la novedad y por estar en el taller de sonido de la carrera de comunicación.

Básicamente primero les enseñaban a utilizar el equipo y el software de edición el *Cool Edit* y de programación el *Jazleer*, un curso de locución breve y después de eso los muchachos pueden comenzar a participar en la radio con proyectos novedosos, aunque al principio se les permite hacer programas convencionales, el interés principal, es que se pongan a pensar en cosas diferentes y crear programas de contenido social, cultura, etc.

El problema en el radio ibero es que desde que nace hasta la fecha, la programación fluctúa mucho y no hay programas que perduren, con el mismo equipo de trabajo, pues la participación en la radio depende del taller de sonido, es decir, del curso o la materia de radio, que es lo que permite que tengan en unos semestres más programación que en los otros donde no dan la materia.

Otra cosa particular es que los programas que llegan a ser muy buenos, o que tienen un buen proyecto, o son innovadores como el programa de taller de radio, que es en vivo, “*word cho*” (“Work Shop” “taller” pero la contracción es la forma en como lo diría un “naco” o alguien que no sepa hablar, esto fue definido por ellos) es un programa temático que dura 3 horas, sobre comida, sexo, etc, se divide en 6 secciones de 10 minutos, una editorial, una de noticiero sobre cosas actuales, reportajes, sección musical que tenga que ver con el tema central del programa, una sección infantil que se quito, y una de dinámica, este programa se repetía pero hecho por diferentes alumnos, esta transmisión era desde las preparatorias “en vivo” y en directo. Este programa es intergeneracional, es decir, que estos programas siguen existiendo en su estructura base, pero con otros alumnos que participan, los que van entrando en el taller de radio y algunos entusiastas que les gusta la idea. Más como práctica de taller para que los alumnos aprendan a hacer programas, investigación, locución etc.

La estación busca ser diferente a la comercial, se busca tener más contenido, se busca que tenga trabajo de investigación en los programas, pero en el monitoreo se escucha similar a la radio comercial, aunque algunos programas son diferentes, la forma de hacerla y de plantearla es muy parecido si no que igual a la radio comercial, desde los promocionales, la identificación, la estructura de algunos programas, y esto tal vez debido a que profesionales de los medios están en la dirección de la radio, o que los referentes de radio que muchos jóvenes tienen, es únicamente la radio comercial.

La radio ya fue planteada como proyecto a FM, pero está en proceso de aprobación por la dirección de la universidad, puesto que no está en condiciones actualmente para arriesgarse a un proyecto “tan caro”.

La visión de los creadores del proyecto, es que al salir por FM, cambiaría la forma de hacerla pues habría más público a quien llegar y no tan semi-homogéneo como lo es hacerla para la IBERO.

Conclusiones:

Esta radio nace con una perspectiva más académica, radio Ibero es un proyecto que busca hacer una radio universitaria de contenido, que está dirigida a los estudiantes de la Ibero, que tiene una visión muy interesante sobre como debe hacerse la radio, podríamos decir que buscan ser alternativas, aunque no mencionan el perfil teórico de la comunicación alterativa, pero en su forma, esta radio suena igual a la comercial.

Lo que se ve principalmente es que esta radio está encaminada a los fines académicos de la materia de radio, para que los alumnos aprendan a hacer radio, el sentido de pertenencia de la radio es casi nulo, los alumnos la ven sólo como una herramienta de práctica, con las excepciones de 2 ó 3 jóvenes entusiastas que participan por gusto propio y amor a la radio, y no por la calificación del semestre. El problema también es que no tiene mucha penetración en la comunidad universitaria.

Esta radio tiene un perfil plural e incluyente, siempre busca que la gente del exterior, es decir, de otras universidades y preparatorias, participen en el proyecto de radio.

Esta radio también tiene mucho potencial tecnológico y técnico, pero el problema principal es la falta de recurso humano, es decir, jóvenes que se comprometan con

el proyecto, la radio ibero, es más un vehículo académico y de práctica de taller, que un proyecto dirigido al beneficio de la sociedad, al parecer, esta característica de beneficio a la sociedad se vería al momento de salir por FM. Aunque se tiene la idea de que esta radio crezca de tal manera que sea una cuestión de simplemente enchufarse cuando tengan el permiso por FM. Pero aún tienen mucho en que trabajar.

La Universidad Autónoma del Noreste.

La radio de la UANE es una radio comunicación interna, tal como dice su director²⁴⁷, su nombre es IQ 2.7 (Interacción comunitaria y el 2.7 esto por estar en el kilómetro 2.7 del periférico), y pasa notas informativas y programas para los alumnos, es sólo de uso interno. Cuenta con el apoyo de la dirección y de hecho se le toma como parte de la universidad. Esta radio depende de la dirección de servicios estudiantiles, y hay un trabajador asignado por parte de la universidad para sacar el proyecto. Nace como iniciativa de los alumnos para la práctica de sus estudios, además fue parte de la práctica dentro del taller de radio de la carrera.

Ésta abre en agosto de 1994 ó 1997 la discrepancia es entre la entrevista con Héctor Ayala²⁴⁸ el pionero que presenta el proyecto y el actual Director de la universidad, (tomaremos como base la fecha que asigna el Ing. Héctor Ayala 1997) le llevan el proyecto al director administrativo, se le propone un proyecto con mucha infraestructura, pero al final sólo se les da lo necesario para hacer la radio por cable. Esto por el evento INTER-UANES, que es un evento de la UANE donde participan los diversos planteles de la universidad. Y conviven en eventos deportivos, académicos y culturales.

La participación en esta radio se les toma a los alumnos como practicas profesionales, y como servicio becario. Además de que les sirve para perder el miedo “al micrófono”.

Está ubicada en el segundo edificio planta alta, y llega al edificio 3 también por cable, siendo estas dos áreas las que cubren, por fuera del edificio, su transmisión

²⁴⁷ Entrevista con: **Florentino Zapata Chávez**, Director general de la UANE campus Torreón, él ha trabajado en ella desde la creación de la UANE en 1974, y la llegada a la comarca en el 1978, fue director administrativo y ha sido profesor en la universidad.

²⁴⁸ Entrevista con **Héctor Alfonso Ayala Gámez**, Ing. en electrónica y master en sistemas, actualmente encargado de la carrera de comunicación. Tiene 14 años trabajando en la universidad.

es diaria, pero los “programas” sólo son los lunes miércoles y viernes, se transmite en tres espacios de tiempo, en la mañana de 7: 30 am a 8 am de la mañana, de las 10 a 12 del medio día de 12 a la 1 pm y de las 6 a las 8 pm.

Los iniciadores del proyecto son dos maestros, uno era un locutor local *Fernando Canibe* el alma de “*Estereo Joya*” y el Ing. en sistemas *Héctor Alfonso Ayala Gamez* y algunos alumnos de la (en aquel entonces) carrera de comunicación organizacional y de diseño grafico, alrededor de 25, entre ellos *el Mike* y “*el pollo*” dentro de los que se recuerda. La universidad le da el apoyo técnico y boletines de difusión interna, el director comenta que se le asigna un presupuesto pequeño, pero se le asigna, el cual, es más para mantenimiento que para expansión.

La cabina cuenta con reproductor de DVD, una computadora, un amplificador, mezcladora, micrófonos, y la cabina asignada el aula 222 del segundo edificio. No ha tenido la dirección la visión de guardar nada por escrito o hacer una memoria sonora de esta cabina, tiene 8 años en funcionamiento pero no se tiene material ni documentos en la dirección, los alumnos actualmente están comenzando a crear sus propios documentos y material sonoro, aunque hay un promocional, de la antigua generación de IQ la del año 2002. La música que se tiene es muy limitada, música de rock en español y en ingles, más pop, y algunas norteñas y cumbias. Aproximadamente se tienen 1000 canciones.

La radio tuvo presencia en medios precisamente en el año 2002 en un periódico que circula en las universidades de la laguna que se llama “*Entretodos*”²⁴⁹ y es ahí en donde se comenta la participación del alumno a cargo del proyecto *Salvador Sandoval* de 4 semestre de comunicación organizacional en aquel entonces. Donde también nos hacen saber de la creación de cápsulas informativas llamadas Universo 2002, con apoyo del museo del Desierto en

²⁴⁹ Ver el archivo anexo del periódico “Entretodos”.

Saltillo, se hace notar que el rector de esa época *Higinio González Calderón* mostraba gran interés en esta cabina.

La integración, de los muchachos es por recomendación de los profesores de la carrera de comunicación, pero también por propia intención de integrarse, por deseo propio, es decir hay alumnos de diferentes carreras como diseño gráfico, psicología, educación, etc. No hay restricciones, ni limitantes para integrarse, aunque en la intención es de que los de comunicación se integren más en las labores de locución y producción.

En cuanto a la programación y la creación radiofónica y la musicalización, la dirección no interviene, solamente se les reconviene de que no profieran palabras altisonantes o que agravien a terceros, o que la música no sea “agresiva” u ofensiva, que no se usen los tiempos de transmisión para ataques personales, etc.²⁵⁰

La radio tiene como nombre IQ, pero los jóvenes de esta nueva época, le han cambiado el nombre a Fusión 222, (por que se dan cuenta de que son alumnos de diversas carreras y se busca una fusión comunitaria dentro de la universidad y el número es por el aula asignada a la radio la 222), y está en proceso de creación de su vestido e identificación.

El organigrama actual está configurado de la siguiente manera, el coordinador de la carrera de comunicación Prof. Ing. Héctor Ayala, de ahí el encargado de la coordinación de la cabina y eventos internos de UANE *Lic. Ulises Omar Benítez Martínez*²⁵¹, y de ahí los alumnos con más tiempo, Aldebarán y Liliana, que llevan

²⁵⁰ Ver archivo anexo del Reglamento 222, archivo de foto.

²⁵¹ Entrevista con Lic. en psicología por la UANE, *Ulises Omar Benítez Martínez*, recién egresado y comienza a trabajar en el 2005 en la universidad, estuvo cercano a la generación de radio de IQ del 2002, actualmente es el encargado de la cabina y de eventos internos de la radio.

cerca de 8 meses en el proyecto, cuando se reabre la estación, después de las contrariedades y el abandono de la estación.

No hay una voz oficial, y no tiene programas oficiales, de hecho ningún tipo de “programas” propiamente sino más bien son intervenciones de locución y musicales. Actualmente la radio la integran aproximadamente 18 personas. Falta identificación y difusión de la cabina.

La radio ha tenido altibajos, cuando el profesor Ayala sale de la institución 6 años atrás, el proyecto se enfrió, hubo pérdida de equipo, cambios de dirección, se dejó de transmitir a veces durante semestres, y apenas con la reincorporación del profesor es que se vuelve a retomar con fuerza este proyecto. Parte de esto es lo conforman los actuales problemas, la falta de equipo, de presencia entre los alumnos y de organización de la radio.

La invitación a esta radio es por medio de una platica que se les da el primer día de clases. Se tiene un buzón para poner sugerencias y saludos, pero realmente no hay una interacción entre los escuchas y la radio, más que por algunos comentarios repentinos de los conocidos de cada locutor. Tienen algunos contactos con *Radio Torreón*, en donde tiene acercamientos y visitas, para darse una idea de cómo es la radio y aplicarla a la cabina.

La cabina funciona con apoyo del encargado y con los alumnos que desean participar, los jóvenes llegan a realizar eventos, como hamburguesadas, fiestas y concursos, para sacar recursos para la radio, y comprar material de audio para el mantenimiento y la producción²⁵².

Con la reincorporación del profesor que inicio el proyecto, (y con la presión de que viene en camino la radio de FM de la UAL y la UADEC) se tiene una nueva idea de cómo debe ser la estación, un cambio de concepto, (hay que hacer notar que

²⁵² Ver anexo documento de la hamburguesada

cambio la carrera de comunicación, ya no es organizacional sino de medios) de crear programas reales, es decir, con temáticas y un poco más estructurados, puesto que por ahora la radio de la UANE, es más una pizarra musical informativa, experimental, que transmite información y música. Los “programas” que tienen por ahora, no son más que locución y música²⁵³ al estilo “California”, y no hay una estructura bien fundamentada, o un proyecto de comunicación al respecto, sino más una inquietud de locución, como “lo sienten los muchachos”.

La radio actualmente no se le considera como la voz de los estudiantes, tanto por el Profesor Héctor, como varios de los alumnos, aunque en la dirección si lo ve así. Comentan que si se le da apoyo a este proyecto y se involucra a la comunidad universitaria, podría ser posible que se representará los intereses de los estudiantes y ser la voz de la UANE. Esta radio se le considera un facsímil de la radio comercial, y se busca no serlo así, pero de serlo que al menos tenga su propia identidad, se quiere y se busca ser mas de corte cultural como *Radio Torreón*.

Se planea que esta radio crezca y sea por FM aunque sea sólo con la potencia suficiente para la transmisión y recepción interna. En un principio el proyecto se planteó así, pero se optó por el cable, puesto que no se tenía medios económicos para realizar una radio por FM o AM y además por temor a ser detectados por SCT, esto muestra el desconocimiento de la legislación y lo complicado y restrictivo de ésta.

La radio es un proyecto que aparece con el interés de los alumnos y de dos profesores, este proyecto comenzó como un experimento de locución, y ahora se planea tener algo más en serio, un proyecto que sirva para hacer una radio por FM, y que transmita al exterior, con un cuerpo de reporteros y noticias, con un departamento de relaciones públicas, con interacción más amplia de los

²⁵³ ver el archivo anexo del proyecto de programa “Autopsia”

profesores, y que pueda servir para la denuncia social, y foros de participación entre la comunidad y los académicos, y como un vínculo académico entre las diferentes carreras y se planea tener una barra en Inglés para darle énfasis al estudio de este idioma que se da dentro de la universidad. Pero aún es un proyecto lejano, y el trabajo que hay por delante es mucho y extenso.

Este proceso de cambio de imagen y de “estilo” lleva 5 meses, a octubre de 2005, pero es un proceso lento y que se va ir dando poco a poco, pues al no haber tenido una secuencia de seguimiento de esta radio y de los programas que se llegaron a crear, no se tiene memoria histórica, ni retroalimentación con los anteriores participantes, este es un problema que se da desde el inicio de esta radio. Dentro de la formalización ésta el involucrar a los becarios de la noche a que cubran los horarios matutinos y viceversa, así formalizar más el proyecto y “la profesionalización” de los muchachos que intervienen en la locución.

Parte de esta profesionalización fue que tuvieron la visita de algunos candidatos a la elección municipal para entrevistarlos, lo cual, fue una oportunidad para practicar, y también esporádicamente realizan entrevista a personajes de interés en la comunidad. Además de tomar un pequeño curso de locución antes de ponerse frente al micrófono.

Otra cuestión a notar es que este proyecto busca ser generacional y que sea de estudiantes, y que el control está en manos de los estudiantes.

La UANE tiene pues un camino por delante, desean ser alternativos en el sentido de ser una opción más diferente en cierta forma, pero sobre todo nada ser una radio mas completa, que cumpla algunos de los esquemas dominantes, aunque con su propia identidad y necesidades internas, pero aún no saben bien como, están en proceso evolutivo de ser una pizarra musical informativa de tipo organizacional, a ser una radio universitaria estudiantil.

Conclusiones: La radio de la UANE, está en una etapa embrionaria, aunque ésta exista desde hace 8 años aproximadamente, es visible que su organización, su forma y contenido es aún muy primitiva, es decir, pobremente estructurado, con una idea vaga de lo que es una radio y con una naciente generación de jóvenes que participan gustosos con mucha energía pero una guía deficiente.

Este proyecto, tiene más características de una radio de práctica, donde los estudiantes puedan propiamente perder el miedo al micro, aprender a hacer programas, a manejar el equipo, y a hablarle al público, no tanto con miras a hacer una comunicación alternativa, o una barra alternativa de programación, con una propuesta diferente, sino siguiendo un poco la batuta de lo comercial y lo cultural, aunque con identidad propia.

Se ve una incipiente idea de lo que podría denominarse una radio alternativa, pero el desconocimiento de esta vertiente teórica es notorio, y la creación de proyectos alternos, son más empíricos que planificados. No se busca un beneficio de la sociedad, en este caso se busca un beneficio para la universidad y de los alumnos. *“Pero si se oyera más allá de la Universidad si se buscaría”*

Universidad Lasalle de la Laguna

“Un sonorizador institucional”

La ULSA laguna, no cuenta con una radio universitaria estudiantil, hubo algunos convenios, (como todas las universidades de la comarca lo han tenido en su momento) con medios de comunicación privados y públicos, en este caso en particular, fue en la prensa su lazo más fuerte, con “*El Siglo de Torreón*” con la pagina “*Presencia ISCYTAC*” y en radio con “*Radio Torreón*” en “*Presencia Enlace universitario*”, ahí para participar con un programa de revista, en donde los estudiantes de comunicación realizan sus programas en el “*Taller Libre de Radio*” donde no había calificación. El programa se pierde cuando sale de la dirección *Roció Micher* y entra la nueva administración²⁵⁴. También hubo un programa o proyecto de participación de radio, que se transmitió en 1991, que fue iniciativa de los alumnos, y se transmitía en México, eran cápsula de tipo económico sobre la región, esto dentro de la materia de radio²⁵⁵.

Pero en si un proyecto de alumnos, conducido o con ayuda de profesores no ha aparecido en lo que lleva de existencia la institución desde que era el Instituto Superior de Ciencia y Tecnología A. C. (ISCYTAC), hasta ahora que es la Universidad Lasalle Laguna (ULSA laguna)

Actualmente lo que tiene la ULSA, es un sistema de “*sonorización*”, que es una comanda institucional que tienen todas los planteles lasallistas, el cual, funciona en las Inter-clases, y sus objetivos propiamente son: primero: realzar la identidad lasallista en los alumnos, (sobre todo ahora en le marco de los 100 años de presencia lasallista en México) segundo: presentar música de relajación y

²⁵⁴ Entrevista con la Lic. en ciencias de la información por la ISCYTAC *Siria Moreno Montaña* profesora de tiempo completo de la ULSA, lleva trabajando en ella 5 años. Nos referiremos a ella en adelante como (Lic. Siria)

²⁵⁵ Entrevista con la Lic. en ciencias de la Información por la ISCYTAC *Ivonne Escalera Leyva* tiene 13 años trabajando en la institución. Actualmente es la coordinadora de la carrera de ciencias de la Información de la ULSA Laguna. Nos referiremos a ella como (Coordinadora)

ampliar el espectro o la gama de música que escuchan los estudiantes, para relajarse y estar informados de los eventos en Lasalle, sobre las carreras y cuestiones administrativas, los mensajes son institucionales.

Estas intervenciones musicales duran alrededor de 10 minutos, que es cuando hay tiempo para transmisión, por el esquema de clases que se tiene, al finalizar cada clase, donde insertan promocionales de corte Religioso o Lasallista.

Este sistema de sonorización es mas bien para enviar mensajes de superación y el desarrollo de los gustos musicales de los alumnos "*un relajante*" para los muchachos. Ningún alumno participa en este proyecto, nadie mas que el sacerdote Lic. Ricardo Ramírez -quien es el Director Académico- toma las decisiones de que música se pone, y los mensajes que se programan.

No hay programas, sólo se transmite música, y algunos promocionales de superación o con citas de la Biblia,"*la música es el alimento del espíritu*" o frases celebres y en búsqueda de realizar la identidad lasallista. Todo esto bajo el control de este departamento y bajo la batuta del licenciado.

Se nos comento, que ésta podría ser una primera etapa, que sé tienen planes para retomar convenios con las radios comerciales para sacar al aire nuevamente "*Presencia*" en la comarca, (un proyecto de radio en donde participaban los alumnos) o que en el mejor de los casos, el plantear una radiodifusora de FM, del lado de Durango, para tener presencia no sólo en La Comarca Lagunera de Coahuila, y así contribuir en el espectro de radio de Durango en el ámbito de la radiodifusión cultural.

Pero aún no hay nada en concreto, el planteamiento está en rectoría, pero está en planes aún, nada está concretado todavía, no hay fechas planteadas, se tiene esto como una primera etapa, la de "*sonorización*", y de ahí seguiría una segunda en

donde participaran los alumnos, con el uso de las bocinas y el equipo, (computadora, micrófono, bocinas que están en los pasillos de la universidad), que se tiene en esta primera etapa, y después que de ahí se forjen las bases para la radiodifusora de la ULSA pero en el ámbito institucional.

Los alumnos que se entrevistaron mostraron su descontento por esta situación de la sonorización, desearían poder participar, o que programarán otras cosas, otra música, porque la que ponen es muy “rara”²⁵⁶.

La Lic. Siria, señala que los alumnos tienen la intención de pedir y pedir pero que por la forma de la administración de los tiempos de la universidad no permitiría tener alumnos a cargo, si se llega a tener, sería bajo el perfil de participación con producción grabada.

Señalan los alumnos que los “*Hermanos*” son muy cerrados, y que piensan que no permitirían poner música diferente o participar, de hecho no desearon ser fotografiados por temor a los “*Hermanos*”.

Conclusiones:

En esta universidad no hay el tipo de radio que se busca en la investigación. Los muchachos desean algo diferente, pero no se ha visto proyectos de radio de los alumnos, hubo en su tiempo participaciones con la radio comercial, y espacios en la radio cultural, pero siempre de corte institucional.

²⁵⁶ Entrevista con 3 alumnas de la carrera de Psicología de 3er semestre, *Sofía, Maricarmen, Laura*. Nos referiremos a ellas como (alumnas)

Capítulo 5: Análisis de la radio universitaria estudiantil de La Comarca Lagunera.

“No existen hechos sólo interpretaciones”

F. Nietzsche

Con base a los planteamientos teóricos de la comunicación alternativa que hemos adoptado para esta investigación, el siguiente es un análisis para determinar si estas radios universitarias estudiantiles existentes y que existieron en La Comarca Lagunera, **son o fueron proyectos de comunicación alternativa, con características plurales, participativas y de servicio social.** Para ello utilizamos la categorización que implementamos en el apartado de la radio alternativa, pensado desde nuestro marco teórico.

Comunicación Alternativa:

- En los medios de información y en las relaciones sociales de diversos tipos²⁵⁷ es una manera de comunicarse contraria a la dominante.

Una comunicación plural, incluyente, participativa, multi-direccional, horizontal, con grados altos de retroalimentación con actores receptivos interactuantes.

El factor alternativo dependerá de cuál de estas dos formas o la relativa combinación de ambas, sea la dominante, en cuyo caso sería esa la alternativa, al ser divergente o diferente de la que predomine o esté establecida, contraria o con sus diversos grados de apropiación y re-apropiación del paradigma que exista en el entorno comunicativo de una sociedad, o sus medios, es decir, se es alternativa a algo que ya está configurado en un ambiente dado.

²⁵⁷ Por ejemplo: **institucional:** *directivos-sociedad-individuos*, **laboral:** *patrón- subordinado*, **familiar:** *padre-hijos-madre-abuelos*, **cultural:** *comunidad-individuos-manifestaciones populares de toda índole, instituciones sociales*, **política:** *Estado-partidos-sociedad-individuos-gobernantes, etc.*

- Actores sociales participativos, emisores-receptores interactuantes, que están en constante retroalimentación de forma Interactiva.
- Discurso alternativo, diferente al predominante con un canal o canales alternativos: Un medio pensado en uso y responsabilidad social, divergente al dominante, pensado socialmente, no elitista, que todos entiendan y participen, no excluyente.
- Una agenda alternativa: implementada con base a las prerrogativas de óptica social, cultural, comunitaria, educativa, científica, popular, etc., no restrictiva o discriminante, incluyente.

Radio Alternativa la entenderemos por ende como:

- Una radio con la participación del actor con el medio y desde el medio, que sea contraria a los esquemas dominantes, que sea plural, incluyente, abierta, democrática, de estrategia horizontal. Un proceso no unidireccional, sino multi-direccional.
- Una radio con un discurso alternativo, diferente al ofrecido por los medios dominantes, de características propias, significativas que busquen la propia originalidad e innovación, continuidad y creatividad, orientación democrática y participativa.
- Una agenda distinta, ordenada con base a las necesidades específicas de cada región donde se localice y que intente satisfacerlas.
No pensada en la agenda dominante, sino generar una agenda propia, es decir, que cubra las necesidades de comunicación de los individuos, necesidades que pueden ser de diversos tipos (distintos al comercial)

sociales, culturales, comunitarias, educativas, o académico, político, artístico, de difusión del conocimiento científico y popular, de las tradiciones, (rituales, leyendas) y todo tipo de manifestaciones populares y culturales.

Una agenda diversa, no postulada desde el paradigma dominante (*de la espectacularidad en busca del rating*), sino desde un paradigma vinculado a estas necesidades sociales y comunicativas de los actores y actantes sociales.

- Un medio que en su formato, y que con sus propias características específicas, resignifique los patrones y paradigmas radiofónicos dominantes, de radio arte y radiodifusión, por fórmulas o patrones propios y alternativos al esquema y al sistema de presentación y representación de los medios existentes y dominantes.

Hay que aclarar que en este estudio el discurso alternativo no será analizado detenidamente, sino sólo por su planteamiento general como tal, es decir, con su planteamiento y sus objetivos como programas radiofónicos en el conjunto de la barra programática, además del vestido de la estación y sus esquemas de programación musical. Esto contrastado con la radio comercial y cultural existente en La Comarca Lagunera.

Empecemos por el análisis de la universidad pública y los dos intentos de radio universitaria estudiantil, que se gestaron ahí.

Universidad Autónoma de Coahuila:

Primera estación.

La primera estación de radio de la UA de C fue por cable, transmitió durante un año. No tenemos suficiente material para realizar un análisis profundo de los requisitos de radio alternativa, en este proyecto en específico, pero por la información recabada, podemos ver que cumple con algunos de los requisitos de un medio alternativo:

- a) Fue creado a partir de actores de su comunidad, eran hasta donde se sabe, un proyecto abierto a los jóvenes de la facultad de ciencias políticas y sociales, y que tenía participantes de las tres carreras que se imparte en la misma. Los proyectos eran presentados con una justificación y planteados en la barra programática de acuerdo a los horarios que los alumnos tenían disponibles y los de la estación.
- b) La información sobre los contenidos de los programas es vaga, pero sabemos que tenían una programación más musical (rock, trova), y sobre programas la información obtenida señala que eran programas pensados en beneficio de la sociedad, y también de entretenimiento. Con una tendencia marcada a hacer prácticas del medio, como profesionalización, es decir, se guiaban de los paradigmas radiofónicos existentes para su producción y reproducción operantes. Había intención de tener espacios propios de expresión, alternativos a los existentes en los medios locales, aunque no podemos concluir que lo informado fuera alternativo o diferente a los esquemas imperantes.
- c) La programación por lo mismo de la falta de información es difícil de analizar, aunque en una entrevista con algunos de los profesores²⁵⁸, manifestaron que la programación estaba circunscrita a los horarios de

²⁵⁸ Entrevista con: Lic. Pascual Reyes y M.C. Lerins Varela.

receso de los alumnos, es decir, cuando éstos podían transmitir y la programación más fuerte era dejada para los horarios en que la cafetería estaba llena, es decir, se acoplaba la programación a los horarios estudiantiles, y la agenda era sobre temáticas de jóvenes, intereses sobre salud, sexo, música, chismes, espectáculos. Una agenda en la que no podemos ahondar más debido a la falta de producción grabada, ya que sólo quedan los referentes en las entrevistas con los involucrados²⁵⁹.

- d) Sobre los formatos y las forma en que estos eran presentados y representados, es imposible realizar un análisis o una reconstrucción al respecto, puesto que no existen registros grabados que nos permitan analizar y comparar. Así que en este tenor esta radio es un misterio.

De esta estación no podemos decir que cumple con el requisito de apertura y pluralidad que es inherente a la radio alternativa. Cumple parcialmente con el de una agenda diferente, en el sentido de una programación pensada en jóvenes, pero no podemos decir nada respecto al contenido de los programas, no hay suficiente información para definir si los contenidos o la programación eran alternativos o no.

Falta más información por que esta radio desapareció, sólo duro un año y no dejó respaldo sonoro alguno. El proyecto se enfrió puesto que no trascendió en la universidad, ya que era un proyecto pensado más en beneficio de los alumnos participantes, que en el de la comunidad universitaria, era un ejercicio de locución. De esta manera no cumplirían con el requisito de beneficio social que plantea la comunicación alternativa.

²⁵⁹ Ver entrevista del Viernes 23 de agosto de 2002 primera plana sección F “*El siglo de Torreón*” parte de abajo. Anexos de UA de C

Segunda Estación:

La segunda estación de radio de la U A de C fue por FM 107.7 Mhz, y transmitió un total de 10 meses. De ésta contamos con un poco más de material para realizar el estudio. Actualmente ya no existe.

- a) Fue un proyecto creado a partir del proyecto de un profesor y creció y se desarrollo con la participación de alumnos, profesores, y personas externas a la universidad. Era un proyecto abierto a todos los estudiantes, tanto de la facultad de ciencias políticas, como de la Universidad en general, también era abierta al público en general. De todas las corrientes políticas, sociales, organizaciones no gubernamentales, y posturas ideológicas, sexo, etc. Los proyectos de programación y producción se recibían siempre y cuando tuvieran una propuesta por escrito. Había un cuerpo de encargados de área pero la participación no era limitada por éstos, sino que se hace extensiva y se enseña a los nuevos a generar radio, para pasar el conocimiento a los participantes. Las decisiones son tomadas por los encargados principales, los iniciadores del proyecto eran 2 personas en particular, pero las decisiones eran concensadas entre los participantes de la radio y adecuadas a las necesidades de la estación, de los participantes y pensando en los radioescuchas, para los cuales se tenían canales de acceso y comunicación, (e-mail, teléfono y acceso directo a la cabina)

- b) Esta radio comenzó con un esquema musical parecido al de la radio comercial, aunque con música que no se transmitía en ésta (rock pesado en un principio) Conforme el tiempo paso y a la estación fueron integrándose alumnos de diversas carreras, la producción fue variando en el sentido de que se ampliaron las temáticas a tratar en los programas y en los *spot* promocionales de la estación y el tipo de programas y los contenidos fueron mejorando, ya que la participación que al principio era sólo de alumnos y profesores, pronto se contó con profesionales de cada

tema, hablando en ellos, pasando de la presentación habitual de un programa de espectáculos comercial a una perspectiva más social, de programas críticos, políticos, juveniles, de género, sexuales, artísticos, aunque también de espectáculos y de revista. Es decir, la apropiación del medio por parte de la comunidad universitaria y la sociedad civil fue manifestándose en programas que se iban adecuando a los gustos del público y de sus intereses, aunque siempre con la perspectiva de quienes lo creaban, y en un ambiente de libertad de participación, de opinión y de respeto. También se daba la adaptación de algunos “esquemas dominantes” en cuanto a formatos pero con fines diferentes en lo referente al contenido y los temas a tratar. Además se crearon programas que surgían de inquietudes del público como de los productores.

- c) La agenda giraba entorno a las inquietudes de los jóvenes que participaban y de los profesores, estos eran de tipo juvenil y social, de crítica política, universitarios tanto académicos como de eventos sociales, culturales y administrativos, noticiosos tanto de la universidad como del exterior, se trataban principalmente temas vinculados a problemáticas juveniles y sociales, ya que el proyecto establecía el hecho de no ser igual a la radio comercial, no buscar el “rating” o la espectacularidad morbosa o la descalificación, ni mucho menos tratar los temas de la manera que las radiodifusoras lo tratan. En cuanto a la barra programática musical fue en un principio, pensada en la disponibilidad de música que se tenía, puesto que no había muchos material fonográfico. Al pasar el tiempo, y contar con más gente participando y más música, la programación y la música se fueron adaptando ya que se tenía retroalimentación con los radioescuchas de la universidad primero, y con los del exterior después. La barra programática tuvo que adaptarse a las exigencias y las necesidades de éstos, la música era programada por espacios de una hora, con un género en específico para cada una, los tiempos dedicados a cada género musical

se imponían al principio, ya con la interacción del radioescucha se modificaban, pero se mantenía una coherencia entre el proyecto y la transmisión, pensada en los gustos y las ocupaciones de las personas que escuchaban. Los programas se aceptaban en una agenda al revés de la dominante, se le daba preferencia a los programas de temática social, cultural y de crítica, y se le daba menos espacio a los más numerosos y populares los programas de espectáculos, musicales y deportivos. A lo que este tipo de programas se fueron adaptando y con el formato similar al comercial pero con contenido diferente y se presentaban generados su propia propuesta.

- d) La radio al principio, manejó sus vestidos muy similares y siguiendo el paradigma radiofónico imperante, (definido por tiempos cortos de presentación y con ciertas características sonoras) conforme el tiempo pasó, la radio comenzó a redefinir sus estrategias de presentación y vestido, basados en las características del promocional, a las exigencias dramáticas del mismo y no a los tiempos comerciales. Se fue redefiniendo tanto la cantidad de promocionales transmitidos, así como del estilo y la teatralidad de estos y los objetivos, aunque se contaba con la clásica identificación institucional, se buscó crear nuevas formas “divertidas” o “diferentes” de presentarlas. En la música, no fue diferente, se programaba al revés de las estaciones dominantes, no se programaba lo de moda sino lo que no se programaba en otros lados, y lo que no tenía cabida en ningún lado, los géneros eran todos los que se pudieran conseguir, con sus principales exponentes, tanto internacionales, como locales y nacionales. Se dio apertura y prioridad a lo producido localmente, por diversos artistas. Se buscaba no ser igual a la radio comercial y más cercana al público que la radio municipal por ser menos “aburrida” que la radio cultural con buenos contenidos y programas variados.

Esta radio puede ser catalogada como una radio con sentido de servicio público, y servicio comunitario en el sentido de “comunidad universitaria”, fue un proyecto con apertura y pluralidad, cambio el uso de esquemas dominantes y comenzó a crear los propios y a desarrollar su propia agenda y programación pensada en su público y en sus integrantes, e inclusive a adaptar algunos esquemas dominantes con diferentes con fines y temáticas diferentes.

Es interesante ver que al principio comienza a hacerse la radio conforme a los paradigmas dominantes, y con el tiempo y el involucramiento de más personas y de los radioescuchas, este proyecto cambió y se definió por lo que quería su auditorio y las directrices de la universidad (la difusión de la cultura y el conocimiento científico, la crítica, la academia, y el arte) Los integrantes, aunque tenían un cuerpo directivo de toma de decisiones (profesores y alumnos con poca ingerencia de la dirección) y guiados por un reglamento interno de la radio (generado por ellos mismos) y por las directrices básicas de la universidad, tenía su propio planteamiento y su dirección encausada al beneficio social y universitario, con una gran participación de la comunidad tanto académica y estudiantil, como la sociedad civil.

Por supuesto que hay que acotar que esta penetración ocurrió a lo largo de los 10 meses que duró la estación y que el medio durante más de 8 meses transmitió en un radio de alrededor de 3 kilómetros a la redonda, (con un watt de potencia) en un área céntrica de la ciudad de Torreón, con colonias populares y oficinas, así como centros académicos de la universidad distribuidos en ese corredor, razón que permitió tener el impacto que tuvo, y los últimos 2 meses transmitió con un alcance de más de 30 kilómetros a la redonda, (30 watt aproximadamente) lo que comenzó a tener más público y mayor cobertura por consiguiente mayor penetración, lo que le causo el cierre por parte de SCT y por tanto detuvo el avance de este proyecto, que al paso que llevaba, pudo haber significado y tenido

una mayor penetración en la ciudad de Torreón y Matamoros Coahuila, así como de Gómez Palacio y Lerdo Durango.

Las Universidades Privadas:

En este apartado analizaremos las radios que se gestan en las universidades privadas, de la **IBERO** y de la **UANE**, debido a que primeramente el **Instituto Tecnológico Sierra Madre** no cuenta con una radio Interna, la **ULSA Laguna**, tiene un sistema sonorizador institucionalizado, el cual, no cumple con ninguno de los criterios de una radio universitaria estudiantil de este estudio y la de la **UAL** fue tan efímera que no dejó suficiente información para rescatar un análisis al respecto de ella.

Universidad Iberoamericana de la Laguna:

La radio de Ibero Laguna funciona por Internet y por cable desde 2002, actualmente está en funcionamiento.

- a) Esta radio nace como iniciativa de tres profesores y con el seguimiento de varios alumnos, es un proyecto abierto y plural, involucra alumnos de varias carreras además de comunicación. Las decisiones son tomadas por dos profesores de los que fueron pioneros, la programación se conforma con los alumnos que desean participar, así como de algunos alumnos ajenos a la Ibero, y algunas sociedades civiles que esporádicamente participan. Los proyectos son evaluados por los profesores y son presentados por escrito. La interacción con los escuchas es por e-mail, y por contacto personal. La programación es decidida por estos profesores al igual que la música, pero en concordancia con lo que su público interno les solicita, y las propuestas de la estación. No hay ningún tipo de discriminación y se reciben

propuestas de toda clase y criterio, siempre y cuando sean respetuosas y coincidan con el espíritu humanista de la universidad.

- b) Los programas de esta radio son diversos, predominan los programas de corte musical, muy similares a los programas de la radio dominante, pero con ciertas adaptaciones de corte crítico y encaminadas a marcar una diferencia a cómo se hace en la radio comercial. Hay programación de interés social y juvenil sobre todo, de información sexual, psicológica y de interacción con la comunidad universitaria académica y de alumnos. Los programas buscan diferenciarse y ser distintos a la radio comercial, aunque a veces esta diferencia no es muy notoria en su estructura y su formato, pero sí se nota en su contenido, sólo en algunos casos. En otros son adaptaciones de formatos comerciales con toques distintivos y adecuaciones. La programación varía con los semestres pues el grado de participación está vinculado con el semestre en que llevan taller de radio. Los actores externos participantes son esporádicos asimismo. La estación busca no parecerse a la comercial y a la cultural, y realizan sus propias producciones con diversos temas, aunque muchas veces terminan pareciéndose mucho a la radio dominante en su discurso y el planteamiento de las temáticas y el tratamiento de la información.
- c) La agenda de esta radio está diseñada por los dos pioneros, en conjunto con los participantes de la radio, es una agenda pensada en temáticas juveniles (sexo, música, drogadicción, relaciones sentimentales, eventos recreativos, etc.) y de interés académico, universitario y cultural (eventos deportivos, concursos, exposiciones, etc.) los programas son transmitidos y programados según el espacio disponible en la barra programática y los tiempos de producción de los alumnos, al parecer sin otro criterio aparente, pero sí con la insistencia del cumplimiento de estos tiempos. La música es programada en forma aleatoria, la computadora va decidiendo que música pone en determinado momento. Los géneros son diversos, y se transmiten

de todo tipo de música, aunque impera la música pop en inglés y en español, se incluye el "top ten", por petición de su público, aunque aún así se transmiten música de todo tipo, para compensar lo comercial con lo cultural y lo alternativo y experimental. Los programas predominantes son musicales, pero siempre se busca y se le da preferencia a los culturales, artísticos, críticos, etc. La participación de los radioescuchas es limitada, y también en la creación de programas.

- d) La radio en su vestido es muy similar, a la radio comercial, inclusive en sus promocionales, los contenidos son lo que les hace diferentes, a la vez que algunos programas son bastante creativos y "graciosos", pero la rúbrica y los formatos y tiempos de estos promocionales y de los programas son acordes al paradigma imperante de tiempo y efectos sonoros, y al lenguaje radiofónico en uso. Su esquema de transmisión es interesante y está pensado para ser de 8 horas y retransmitido 3 veces, pensando en el público internacional y nacional, para que puedan escuchar la radio por Internet. Su público interno los escuchan en sus computadoras personales y en las bocinas externas, colocadas cerca del área de transmisión, que abarca en rango de alcance no más de 50 metros a la redonda. Pero la estructura de esta radio no difiere en mucho a la de la radio comercial.

La radio de este caso tiene un interés en ser diferente, aunque su comportamiento es muy similar a la dominante en cuanto a formatos, programación y forma de hacer la radio. El factor alternativo aquí es la música y los contenidos y temática presentadas en sus programas. La participación aunque es plural y abierta no ha tenido tanto peso en la comunidad universitaria ni en la sociedad civil. Es un proyecto alternativo pero que en la práctica suena comercial, aunque sus intereses no lo sean, además de que no están pensadas en un paradigma de la espectacularidad por el *rating*, aunque

sí hay preocupación por ser escuchados por el público interno. Es una radio pensada en jóvenes y para jóvenes, pero sobre todo para la comunidad universitaria de Ibero más que para la sociedad en general.

Universidad Autónoma del Noreste:

La radio de esta universidad transmite por cable, en su moderna etapa lleva 1 año aproximadamente, está reestructurándose, puesto que los anteriores integrantes, así como los pioneros ya no están. Actualmente está en funcionamiento. Esta radio tiene realmente poco tiempo de funcionar y una estructura muy endeble aún, está reconstruyéndose, el análisis será conforme a estas limitantes.

- a) Es un proyecto creado por alumnos y maestros, abierto y plural con la comunidad universitaria, la participación e interacción con el radioescucha es cara a cara. Los proyectos se llevan por escrito y las decisiones son tomadas por el encargado del proyecto y el encargado de la cabina, aunque hay consenso con los integrantes más viejos de la estación. Los radioescuchas influyen a veces en la música que se transmite, aunque es poca la participación.

- b) Esta radio por estar comenzando aún presenta un esquema muy similar a la radio dominante, y al no tener programas propiamente dichos, sino presentadores musicales, el discurso alternativo no podemos vislumbrarlo aún. Hay intención de ser diferente a la comercial, pero en este caso particular, se busca ser más parecido a la radio cultural de la comarca, aunque con sus propias características que no fueron definidas claramente.

c) La agenda en ésta aún no está bien definida, se orienta más a la transmisión de los anuncios académicos y de eventos universitarios, así como de mensajes motivantes, y en los gustos musicales de los jóvenes que la programan y de algunas inquietudes juveniles básicas (sexualidad, drogadicción, etc.) No hay programas como tales, sino programación musical y dentro de ésta, se le da preferencia al rock en inglés y en español, aunque se procura poner de todos los estilos, ahí es donde se da la alternatividad, poniendo música que no se transmite en la radio comercial, ni en la cultural. La agenda gira en torno a los mensajes de la universidad: los avisos académicos, deportivos y sobre eventos sociales, culturales y artísticos. La programación musical toma en cuenta a los radioescuchas aunque aún es muy limitada, no por falta de apertura sino falta de participación.

d) El formato de cómo se presenta la programación de la música y de comentarios, es muy similar a la radio comercial, al estilo "California". Aún no tienen producción propia de promocionales ni de vestido de la estación, todo es en vivo, pero se escucha aún como radio comercial. Inclusive los tiempos de plática y de presentación de canciones.

La radio de este proyecto, está en reestructuración y renacimiento, sus intenciones son de profesionalizarse, más que de servir a la sociedad. Se busca que esta radio sea para la comunidad universitaria un eslabón de unión y de vinculación como universitarios. La alternatividad no se puede vislumbrar más que en la participación y en la programación de música diferente. Aunque esta radio recién reestructurada es muy joven para poderle dictaminar algo, podemos ver que el patrón imperante es ser como la radio cultural, aunque con su propio estilo, es decir, con un formato más "fresco" y buscando que sea del interés de los jóvenes de la universidad

Puntualizando:

En este punto podemos apreciar que la alternatividad, comprendida teóricamente, no es totalmente aplicada, se desarrolla de manera distinta y es entendida de forma diversa, y planteada desde sus propios términos cómo universitarios. Además que la cátedra de comunicación alternativa no ha sido llevada en estas universidades, y el contacto con los medios dominantes es el único que se tiene.

Algo que hay que tener en cuenta al tenor de esta situación, es que las radios universitarias estudiantiles, en las universidades de ciudades jóvenes como las de la Comarca Lagunera (*que tienen en promedio 100 años como ciudad, y 30 años con universidad pública y privada, y en donde la carrera de comunicación es no mayor a 20 años*) encontramos que no existen radios institucionales de las universidades, y que los proyectos de radio universitaria estudiantil, (incipientes unas veces, muy comprometidas en otros casos) es la primera experiencia de este tipo dentro de la universidad, y la primera como un intento alternativo, que busca crear una radio interna, diferente a la radio dominante.

Es frecuente en todas las universidades que fueron estudiadas, el hecho de que han mantenido de alguna forma u otra, convenios con la radio comercial y la pública, para realizar programas o prácticas profesionales, servicio social, o ejercicios de la materia de taller de radio.

Lo que podemos apreciar principalmente, es que estas radios buscan en una primera instancia ser un vínculo para la comunidad universitaria, que sirva como cohesión, o como vehículo de información, y también como laboratorio de prueba, ya sea para “quitarse el miedo al micro”, para intentar prepararse para la “profesionalización”, o como escaparate para su creatividad, e inclusive en unos casos para generar una programación de más “contenido”, que sea distinta a lo

que hay en la radio habitual, y en otros casos sólo son reproducciones de lo que conocen, de la radio comercial. Todos los casos se pueden apreciar.

Otra característica, es que precisamente, las autoridades universitarias ven con buenos ojos estos experimentos y en algunos casos al ver el entusiasmo de la comunidad universitaria, le apuestan a la inversión en estas “cabinas” y en sus proyectos, que pueden convertirse en la primer fase de una futura radio institucional. Como sucede con el caso de la IBERO, UANE, U. A. de C. En el caso de la escuela privada este sería un plus para aumentar su matrícula, asegurar su permanencia y elevar su renombre en La Comarca Lagunera.

Lo que es común en todos los casos que se investigaron, es que el proyecto comienza con inquietud estudiantil, y generalmente se encuentran o se apoyan en algún profesor, que les ayuda a guiarse en el proceso de creación y de interacción con la institución, aquí entran las diferencias:

En las escuelas privadas, la dependencia con la institución es muy visible, los permisos, más que eso, son peticiones o exigencias por tener “un laboratorio en vivo”, pretenden que la institución les solucione el problema, que les dé los instrumentos y que les provea de instalaciones, (TEC SIERRA), en muchos de estos casos, en otros puede verse un entusiasmo alto y hasta búsqueda de recursos extra escuela (UANE), pero en otros se puede tener una burocracia lenta que los detiene o no les apoya (UAL, ULSA), en otros, muchos recursos y apoyo de las instituciones pero poca participación estudiantil, poca pasión por la radio (IBERO) Algo que puede apreciarse en estas instituciones es un alto respeto a los reglamentos internos y a los perfiles de la universidad.

Pero comúnmente, en la escuela privada, el alumno exige y pide que le den el espacio como un bien extra o plus de su carrera, y muchos de los proyectos comienzan como meros tabloides informativos radiofónicos, que sirven para

presentar música y avisos, pero que con el tiempo, y si las condiciones son buenas, (en cuanto a apoyo tecnológico y guía de profesores) la inquietud por generar programación diferente empieza a verse.

Aunque en gran parte de este interés en creación radiofónica diferente, o en otros casos “profesional” - ya sea por tener radio interna o por participación por medio de convenios con radios comerciales o pública- nace por la vinculación con la materia de taller de radio y el cumplimiento con ésta por una calificación (UAL, ULSA, IBERO) o por concursos radiofónicos en la comarca (Tec Sierra) en otros casos por las prácticas profesionales y / o servicios becarios (UANE), etc. Aunque hay sus honrosas excepciones y gente comprometida con pasión por la radio.

En la universidad pública, puede apreciarse, también estas inquietudes iniciales, pero la forma de resolver los problemas es distinta, los alumnos se comprometen un poco más y buscan sus propios recursos, al tener la falta de tecnología, se busca la alternativa y / o se trabaja con los recursos existentes, los apoyos se piden y los permisos generalmente se otorgan por la naturaleza de la institución, pero no el recurso económico y la infraestructura, hasta que éstos puedan demostrar ser viables y no sólo “juguetitos” de un rato.

Los alumnos son un poco más críticos, pero también tienden a reproducir la lógica de la programación comercial, o en otros casos, lo alternativo lo ven desde la lógica musical, en la programación de “música diferente” de la que transmiten en la radio comercial, música más “underground” o “alternativa”, de hablar de lo que no los dejan o dejarían en la radio comercial. –También se participa o se ha participado en convenios con la radio comercial y la pública-

Algo que favorece la alternatividad y el compromiso social en el caso de la escuela pública, y el que surjan programas de contenido, más enfocados a la sociedad, es que al tener entre la comunidad universitaria de la facultad de ciencias políticas a

sociólogos y politólogos, e inclusive en las cercanías a los economistas, es que dan de una forma u otra, dan un enfoque más crítico y diferente.

Puesto que estos estudiantes sociólogos, politólogos, economistas, etc., al no tener un contacto directo con el medio comercial, o al desconocer los términos del lenguaje radiofónico, más que de “oídas”, permite que se genere una fusión de perfiles y de formas de pensar distintas, de las áreas sociales, que se manifestó en las prácticas de la comunicación, y permitió una integración interesante y que daba voz a la parte crítica, científica e investigadora de la universidad, pero desde una perspectiva más “fresca”, con desenfado, y no tan ritualizada con los parámetros académicos, sino más desde una visión juvenil.

Aunque este carácter múltiple en la participación de la radio no es exclusivo de la escuela pública y en las radios estudiantiles de escuelas privadas también se da, y las mezclas son muy interesantes, en el caso de la UANE la radio nace en manos de comunicadores organizacionales, y al perderse la pista, la retoman e integran en su mayoría diseñadores gráficos, psicólogos y en menor grado alumnos de comunicación de los primeros semestres, que ya no son organizacionales, sino más enfocados en medios. En el caso de IBERO Laguna los involucrados generalmente son comunicólogos, aunque también han participado psicólogos y de otras carreras.

Los profesores involucrados en los proyectos de IBERO Laguna, si han participado en medios de comunicación comerciales y públicos, los de la UANE no, y en el caso U A de C, uno de los profesores, había participado en la unidad Saltillo en el sistema de televisión y radio interna de la universidad y el segundo, había participado en un proyecto de radio alternativa en la UAM Xóchimilco, que no pudo fructificar.

Hay que tener presente, que debido a esta participación y las diversas formas de reproducción operantes en estos ensambles radiofónicos, de proyectos y pluralidad de participantes, nos da, por consecuencia, diversos grados, o mejor dicho, diversos puntos de vista sobre lo que la alternatividad es, o como se manifiesta pues cada grupo, alumno, escuela, programa, locutor, universidad presenta su propia visión de lo que es alternativo.

Parte de esto es la interacción entre alumnos, maestros y comunidad universitaria o la intromisión de los directivos o su participación activa o pasiva, la relación de los alumnos con éstos y con los medios externos, la clase social, el sexo, la participación activa o nula de los alumnos o profesores con grupos sociales o comunitarios, su religión, sus preferencias musicales, su muy particular forma de percibirse y de percibir a los demás, es en parte lo que da estos matices de autenticidad y variación a los proyectos de radio universitaria estudiantil.

Pero lo que sí hay que apuntar es que esta alternatividad, nace de la omisión realizada o de la poca participación de diversos grupos sociales, juveniles, etc., dentro de la radio comercial y la pública, puesto que al sólo tener dos vertientes y al ser éstas las únicas que presentan variantes y se “fusilan” entre ellos las fórmulas de “rating”, el paradigma de producción y reproducción de la “profesionalización del medio”, de la creación y recreación de los esquemas de participación, de presentación y representación de lo que es lo masivo o popular, tiende a ser parcializado o filtrado por esta “profesionalización del medio” que ellos buscan igualar en mucho de los casos.

Aparte la influencia que ejercen las fórmulas aprendidas en las aulas y en los medios, de lo que el medio es y lo que le medio establece y cree que es el “gusto popular” o lo que la “opinión pública” quiere, (por *rating* o por *target*), es lo que despierta en la juventud estudiosa de los medios y realizadora de estos proyectos

de radio estudiantil, el realizar sus propios intentos, creaciones, modificaciones y planteamientos de cómo la radio debe ser o presentarse o crearse.

Tal vez vinculados al conocimiento de lo que es el medio comercial, como una “copia del profesional” o resemantizado como búsqueda de “lo diferente”, de lo que “no podrá hacer afuera”, pero de cualquier forma, estos experimentos son precisamente los que prepararan a estos estudiantes, que estarán en los medios y que algún día, y que poco a poco adecuaran el paradigma dominante, resemantizando o presentando nuevos patrones y esquemas, que vayan abriendo el camino de “lo alternativo” en los medios, o por el contrario el crear medios alternativos viables que se presenten como un escaparate y una puerta de entrada y participación a lo popular, lo social, lo comunitario, lo artístico y todo aquello que no aparece en el medio dominante o imperante de la zona en donde se encuentran.

Permitiendo esta alternatividad -que no como vanguardia vengadora derroque a la tiranía-, sino como ente social y participante de la democracia, plantee la pluralidad del uso y la creación en y de los medios de comunicación, en este caso la radio, se dará –pensamos- una oportunidad de crear un medio acorde a las necesidades comunicativas-culturales de un público que no es pasivo y que también necesita espacios para la participación.

Las radios universitarias estudiantiles que funcionan actualmente son las de la UANE que es por cable (propaladora) y la de IBERO Laguna por Internet y por cable o propaladora, no existe ya radio universitaria estudiantil en la UAL, la radio institucional de la UAL por FM está en periodo de prueba de frecuencia y del paso de las pruebas, la radio estudiantil de la UA de C por FM desapareció al ser cerrada por la SCT, pero la universidad está buscando continuarlo ahora por la vía institucional.

Al parecer, no existe un vínculo fuerte entre las radios universitarias estudiantiles que funcionan actualmente. Han tenido acercamientos e invitaciones mutuas, pero generalmente cada una vive en su “*getto*” y procura no involucrarse o conocer a otras (tal vez por temor a decir que se “fusilan” entre ellas) Siempre hay invitaciones amables a retroalimentarse, pero en la realidad no se dan. Un factor posible tal vez sea la “identificación como universidad”, y /o la competencia por ser el mejor modelo en la comarca, lo que podría repercutir en un futuro en el campo laboral.

Además existe otro factor este de nivel institucional para ofrecer “algo propio y distinto”, la competencia por la matrícula, que en el caso del medio privado es una lucha constante. El tener una radio interna “estudiantil” o institucional, representa un valor agregado a la universidad y a la carrera de comunicación, sobre todo ahora que son 7 las universidades que la ofrecen²⁶⁰. Una radio podría ser la diferencia entre obtener más prestigio y llamar la atención de más jóvenes, y por lo tanto más inscripciones y mejor posicionamiento de mercado académico, en una sociedad donde “*el prestigio*” es muy importante.

Con base a estas experiencias de radio, podríamos delimitamos diversas etapas en la creación de estas radios universitarias estudiantiles y de un posible paso siguiente: el convertirse en radio oficial de la universidad, en el sentido de la consolidación como medio apoyado por la universidad, pero con la forma participativa de la radio universitaria estudiantil. Tomando en cuenta, que ya se haya dado la fusión de inquietudes alumno-maestro o alumnos en solitario y la consiguiente presentación de un proyecto.

²⁶⁰ Abrió en 2005, sus puertas la Universidad del Valle de México (UVM)

Una etapa embrionaria sería:

- a) La Musicalización y locución de los espacios muertos de interclase.
- b) La nota informativa y de “cotorreo” del locutor con su público y los primeros programas musicales, informados levemente.
- c) Saludos y otros comentarios sobre festividades internas y externas. Una agenda inexistente, basada en estos datos informativos y de gusto particulares de cada locutor.
- d) Participación escasa de universitarios en el proyecto, rotación de participantes.
- e) Reglamentación verbal, informal, basada en los lineamientos escolares.

Una segunda etapa llevaría a:

- 1) Una incipiente programación, ideas sobre hablar de problemas sociales, pero aún con esquemas muy similares a la radio comercial o dominante, o con poca investigación.
- 2) Programas de música más trabajados, es decir, que hablan sobre temas en específico, de músicos, o estilos de música, etc., y no sólo programación de canciones al azar y platicadas.
- 3) Extensión de los locutores en sus comentarios y en las horas de transmisión.
- 4) Planeación de crecimiento y expansión a otras áreas donde los escuchen.
- 5) Interacción con los escuchas más usual y frecuente, preocupación por el gusto del público. Todo es en vivo y en caliente.
- 6) Una insipiente agenda que comienza a crearse a partir de un público que se comienza a involucrar.
- 7) Un equipo de trabajo estable, aunque todavía pequeño, reducción de la rotación.

Una tercera etapa sería:

- a) Regularización de las transmisiones y extensión de los horarios ya no sólo interclase o en los recesos o al finalizar las clases, sino de manera ininterrumpida.
- b) Planificación de la programación con base a diversos estilos de música, y diversificación de los programas existentes, ya no sólo musicales.
- c) Producción de Promocionales, y producción grabada, respaldo de los programas transmitidos. Hay programas en vivo y en caliente y programas en frío. Se piden proyectos por escrito para realizar programas.
- d) Planeación de los espacios y distribución de las responsabilidades, en áreas asignadas, locución, producción, etc.
- e) Una creación más pensada de una agenda propia, basada en los intereses de la comunidad universitaria.
- f) Mayor participación de los universitarios y de otros profesores o personas externas. Un compromiso visiblemente incrementado, con el número de horas con que se participa, y una planta más formalizada y estable.
- g) Un reglamento interno estable y conformado ya no sólo por las reglamentaciones escolares, sino pensado en la propia estación y sus necesidades.

Una cuarta etapa involucraría:

- 1) Una producción propia, más creativa, un rompimiento paradigmático con la radio convencional, la creatividad y la alternatividad, se traduce ya no sólo a propuestas sino a programas, promocionales y programación en concreto, en diversos planos, culturales, artísticos, informativos, etc. Formalización de la participación en programas y locución.
- 2) Expansión y búsqueda o consolidación de las transmisiones al exterior. Un compromiso más grande con los radioescuchas.

- 3) Una vinculación o participación de la universidad y de la comunidad universitaria más formal. Planes de institucionalización.
- 4) Equipamiento y mayor apoyo tecnológico e infraestructura, inclusive apoyo económico.
- 5) Crecimiento acelerado de la planta de personas que participan en la radio, de diversos modos, personas de la comunidad universitaria, y también organizaciones sociales, otras universidades, vinculación con otras entidades culturales. Un equipo de trabajo bien definido y áreas delimitadas perfectamente.

Estas etapas se basan en las diversas experiencias de las radios universitarias estudiantiles laguneras, algunos de los pasos varían en cada caso, debido a la naturaleza de la transmisión, si es por cable con bocinas (propaladora), FM, o Internet. Pero en general, podríamos aventurarnos a decir que son pasos lógicos en la mayoría de las instituciones donde hay radios estudiantiles creadas y / o sostenidas por alumnos y profesores de la carrera de ciencias de la comunicación, que podrían variar, también con base a la interacción alumno-institución, infraestructura, tecnología, planteamiento del proyecto, participación y compromiso con el proyecto, compromiso de la institución, y múltiples factores que intervienen en la creación de una radio interna, pero los pasos a seguir básicamente serían los mismos.

Muchas veces un grupo inicial de alumnos y profesores comienzan el proyecto y al final, al egresar los alumnos, desaparecen o sólo algunos quedan o siguen participando de manera esporádica. Los profesores generalmente son los que continúan en los proyectos, aunque puede suceder que los proyectos se enfríen por la falta de participación estudiantil, o crecer geoméricamente, depende del grado de compromiso de cada institución o académicos, en otros casos, se genera a raíz de estos proyectos, una opción que puede llegar a ser institucional con diversos grados de integración estudiantil.

Precisamente es eso lo que al parecer pasará con la radio de la UADEC el recurso se encuentra etiquetado y la inversión espera únicamente el visto bueno de la SCT, ya que se han realizado todos los trámites con la asesoría de un grupo regiomontano especializado, y el proyecto está planteado con base al antiguo proyecto estudiantil.

En el caso de la IBERO, la radio está consolidada en Internet, aunque la baja participación estudiantil es un problema que les aqueja cada semestre, el plan es la transición al FM, pero aún nada en concreto.

El caso UANE, que es la propaladora, se planea ampliar esa cobertura y generar programación, y cuando esto se consolide, se busca poder transmitir al menos de 1 a 10 Watt de potencia dentro de las instalaciones, experimentalmente, pero todavía es un proyecto a futuro.

En ULSA se tiene un sistema de sonorización, para el desarrollo del gusto musical y frases motivacionales, que no permite que los alumnos participen, aunque los directivos manifiestan su deseo de poder contar con un medio donde los muchachos puedan participar. Aún no hay algo en concreto este sistema sonorizador lo consideran una primera etapa, pero todavía no hay tiempos específicos para pasar a una segunda.

El Tecnológico Sierra Madre, no tiene proyectado algo así. Se desea, pero no está dentro de planes inmediatos, -es la universidad más joven en este estudio de La Comarca Lagunera- y el proyecto por Internet que está por presentar el empleado de la universidad, no sabremos por los tiempos de esta investigación que es lo que pasará.

La UAL, al parecer será la primera radiodifusora universitaria institucional permisionada en la comarca lagunera. Pero no con una base estudiantil

asegurada en cuanto a participación ya que la directora asignada, comenta que aún están por establecer los criterios de participación y programación.

Los proyectos de radio universitaria estudiantil, son importantes y de trascendencia, sobre todo en ciudades jóvenes, donde la presencia de la radio universitaria no existe o es muy pobre. Da un marco de alternatividad al cuadrante radiofónico que en un principio es local, universitario, y que con el tiempo y si el proyecto es apoyado, termina por convertirse en algo de mayor envergadura y por consiguiente con un compromiso más de lleno con la sociedad y que provee al público de la oportunidad de encontrar una alternativa a los esquemas de radio dominante, con temáticas diversas y con un grado de compromiso mayor que la radio comercial y más fresco que el de la radio cultural.

El futuro de la metamorfosis de radio universitaria estudiantil a radio universitaria oficial, es algo que debe estudiarse, puesto que la primer etapa de ésta tiene características de innovación, experimentación y de participación plural, pero al pasar al control institucional, no sabemos que tanto de este espíritu democrático y alternativo, se conservara, pues los intereses de la universidad, los grupos de poder dentro de estas, los sindicatos y otras muchas variables, pueden intervenir o entorpecer, el crecimiento y la participación en la radio universitaria estudiantil.

A futuro estas radios institucionales que están por surgir, nos dirán que tanto de su inicial etapa estudiantil conservarán y como serán recibidas por la comunidad universitaria y por la sociedad civil, el futuro es prometedor y halagador, pero a futuro, aún queda mucho que esperar y que investigar, esperemos el desarrollo de las circunstancias y de los hechos. Aunque lo deseable sería que estas radios universitarias estudiantiles, permanecieran al margen de la institucionalización, pero que si se les integre a los planes de crecimiento infraestructural, para permitir el desarrollo de éstas y su crecimiento, y la universidad sólo sea una figura de observación y de vigilancia, más no de censura y que provea a los

experimentadores de la radio de la libertad de crear cosas nuevas y mantenerse al margen de cualquier interés político o administrativo. Que estas radios puedan subsistir por sí mismas, con el apoyo de los alumnos, profesores y la participación de la sociedad en general.

Lo que hay que hacer notar es que estos experimentos generalmente surgen sin una idea de lo que es el concepto de la comunicación alternativa, puesto que los profesores y los alumnos no están familiarizados con el término, ya que no hay una cátedra en los planes de estudio de la carrera de comunicación en la Comarca Lagunera que toque esta vertiente teórica. Lo que podemos advertir, son las siguientes características:

1. Estas radios surgen como una inquietud para aprender a hacer radio, como laboratorio de experimentación. Para trascender dentro del ámbito universitario y generar un espíritu de unión entre los alumnos.
2. No son experimentos pensados ex-profeso como un proyecto firme de comunicación alternativa y de beneficio social, sino que dada las circunstancias el nivel de compromiso con el público o la institución, pueden ser el factor de cambio o de trascendencia del medio, inclusive podemos arriesgarnos a decir, que el factor tecnológico es importante al momento de crear los proyectos de las radios, es decir, por *el alcance que tendrán, por la cobertura*, esto es lo que determina -de cierta manera- el grado de compromiso y trabajo. Lo que sí es notorio es que se busca ser una alternativa, en el sentido de ser diferentes a la radio comercial y más plural, aunque en la práctica esto puede no darse.
3. Estos experimentos son el escaparate para la creatividad de los estudiantes, y para su búsqueda por hacer cosas diferentes a lo que se

produce en la radio comercial y cultural. El factor alternativo es visible en esta parte, aunque de una manera muy escueta, o embrionaria.

Estos proyectos, generalmente surgen motivados por un profesor y algunos alumnos entusiastas. Pueden surgir y desaparecer en periodos cortos de tiempo, al faltar recursos, pero si se les da seguimiento, crecen de forma gradual, hasta consolidarse como parte importante de la institución. Generalmente como un plus o valor agregado de la carrera de comunicación.

La radio universitaria estudiantil, tiene la posibilidad de convertirse en proyectos más perfilados hacia el beneficio de la sociedad y de la región en la que surge si las condiciones legales le permitieran “abrir sus ondas” más allá de la comunidad universitaria, y que participara activamente con ella.

Lo que es innegable, es que en estas radiodifusoras, si bien pueden no iniciar como modelos de comunicación alternativa, si inician con la construcción de nuevas formas y formatos, nuevas maneras y métodos de representar la realidad simbólica y el imaginario colectivo, así como de la preparación de emisores participativos y que buscan la interacción entre el público y el medio.

Por lo cual, sería necesario permitir el crecimiento de estas radios y una apertura y facilitación de los marcos legales tanto en lo tecnológico como en la distribución de los espacios de las ondas, para de esta manera dejar que estos experimentos cuenten con una mayor penetración que facilite a los universitarios la exploración del universo regional y participar de la interacción no solamente con sus compañeros de universidad y de carrera sino también con la sociedad civil.

Cuestión que como hemos visto en este capítulo, puede representar una verdadera opción en el saturado cuadrante comercial, y una posibilidad de que estos ejercicios estudiantiles formulen alternativas audibles y reales a las existentes y

con el aliciente de la cobertura regional empleen sus conocimientos en benéfico de la sociedad y ya no sólo de sus intereses de profesionalización o experimentación.

Si algo que estos universitarios han expresado es que: ***por la dificultad de obtener una frecuencia en FM o AM, es que se lanzan al Internet y al uso de bocinas, para crear sus radiodifusoras***, y por desgracia al parecer con las actuales reformas a la ley de radio y televisión efectuadas en abril de 2006 (la ley Televisa) el panorama para estas y para cualquier otro intento de creación de medios alternativos (comunitarios, rurales, indígenas, etc.) está condenado al olvido y a la marginación, que a partir de ahora será aún mayor, y lo será todavía más al entrar la digitalización del cuadrante, puesto que este ya tendrá dueño antes de nacer.

Para terminar este capítulo expondremos una tabla comparativa con las características principales de cada radiodifusora de cada universidad.

Conclusiones

Las radios universitarias estudiantiles fue importante de ser estudiadas ya que pudimos presenciar un naciente fenómeno comunicativo en La Comarca Lagunera, mismo que tiende a repetirse en diversas universidades de la Republica Mexicana, motivo por el cual, debemos destacar de ésta investigación el aporte al marco histórico de los medios alternativos de la Comarca Lagunera, también la clasificación que se realizó para este particular tipo de radiodifusora, el cual existía, además de evidenciar la falta de una cátedra y estudios comprometidos con una visión diferente al paradigma de lo comercial que impera en la radiodifusión, mismo que es simplemente trasladado y no criticado en las carreras de comunicación de las Universidades estudiadas aquí.

Nos queda claro que estos experimentos universitarios en su mayoría son proyectos técnico instrumentales, pensados como una extensión técnica-práctica para el taller de radio, y sin un trasfondo social implícito, sino únicamente esbozando ciertos criterios parciales sobre programación diferente, dejando la “alternatividad” en una simplista ordenación de música “diferente” o tocar determinados temas “tabú”. Falta entonces para el crecimiento de este “factor alternativo” para el uso social de los medios y la creación de medios alternativos (conforme a la teoría), y de discursos alternativos, una exposición y un tratamiento de esta corriente teórica en las aulas.

Puesto que con una guía adecuada basada en la teoría de la comunicación alternativa, permitiría que las radios universitarias estudiantiles pudieran dar ese salto cualitativo (y con una apertura democrática de las ondas) abarcar uno de los deberes de la universidad, que es la vinculación con la sociedad y la búsqueda por el mejoramiento de la misma, en este caso de los medios de comunicación, del contenido, y de la interacción de éstos con los radioescuchas. También se configuro un “modelo ideal” de radio universitaria estudiantil, con una gestión

universitaria-estudiantes muy estrecha, sin caer en la institucionalidad, que podría ser incluida en la legislación mexicana vigente, con un debido estudio posterior de los planteamientos aquí mostrados.

Hacen falta estudios al respecto, cómo ya vimos en esta investigación, los estudios sobre radio universitaria por lo general son escasos en el ámbito académico, y más aún los estudios sobre lo que designé como “**radios universitarias estudiantiles**”, es decir, las que se gestan en el interior de las escuelas o facultades que cuentan con la carrera de comunicación, por profesores y alumnos con limitado apoyo de la universidad, sin ser radios oficiales necesariamente, o institucionales. Estas radios son vistas a veces de manera despectiva y sólo mencionadas como invenciones estudiantiles de orden práctico dentro de la carrera o el taller de radio.

Ésta es una visión fundamentada según la opinión de esta investigación, en las características tecnológicas de este tipo de radios, las cuales, en su mayoría transmiten por medio de cable o por Internet, pocas veces se dan estas radios por ondas hertzianas (FM, AM, onda corta), razón por lo que se llega a asegurar, que estas no son radios y que no merecen la pena de ser estudiadas.

Muy contrario a este planteamiento, en la presente investigación que se llevó a cabo en las dos ciudades más importantes de la comarca lagunera (Torreón Coahuila y Gómez Palacio Durango), en las universidades con la carrera de ciencias de la comunicación y similares, tanto de la universidad pública como las 5 universidades privadas que la imparten²⁶¹, pensamos que estas radios como

²⁶¹ **En Torreón** La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de Coahuila (**FCPYS U A de C**) que es la universidad pública de La Comarca Lagunera de Coahuila, que da la carrera de comunicación; La Universidad Autónoma de la Laguna (**UAL**), La Universidad Iberoamericana Campus Laguna (**IBERO Laguna**), La Universidad Autónoma del Noreste (**UANE**), el Instituto Tecnológico Sierra Madre (**Tec Sierra Madre**); éstas son universidades privadas **En Gómez Palacio**: Universidad La salle Campus Laguna (**ULSA Laguna**), esta es universidad privada, la universidad pública de Durango la

fenómenos comunicativos merecen ser estudiados y evidenciados para permitirnos entender los entornos y el nacimiento de este tipo de radios que por alguna razón surgen y es necesario aclarar y no simplemente obviar. La investigación permitió entender un poco mejor este tipo de fenómenos y aclarar las diversas maneras en que estos surgen y se desarrollan.

Esta investigación planteó las diversas **teorías de la comunicación alternativa**, éstas fueron abordadas desde las modernas perspectivas que se vienen trabajando en diversos países del mundo. Las cuales se reflejan en trabajos que manejan una visión de lo alternativo, más encaminada a la libertad de expresión, comunicación y de información, y sobre la importancia de un ambiente plural y una distribución democrática en el otorgamiento de espacios en las ondas y en la garantía de esta libertad tanto de obtención de espacios como de uso libre de los mismos²⁶².

Es decir, la comunicación alternativa engloba a las diversas manifestaciones comunicativas (en este caso la radio) que se presentan en diversos entornos y bajo diversas manifestaciones, pero siempre con el carácter democrático que se le atribuyen a estas radios, es decir: **con actores sociales participativos**, (público e integrantes, sociedad), **un discurso alternativo** (tanto formas como maneras diversas de tratar un tema, así como “el discurso” o la manera en la que se dirigen a su público), **con una agenda alternativa** (que va desde la implementación de su barra programática, como de la forma en que ésta es planteada, el trasfondo de interés social y no comercial)

Universidad Juárez del Estado de Durango (UJED) no imparte la carrera de ciencias de la comunicación en La Comarca Lagunera de Durango.

²⁶² Ver: **Calleja Aleida, Solís Beatriz**, “*Con Permiso La radio comunitaria en México*”, AMARC México, AMEDI, CMDPDH, Fundación Friedrich Ebert-México, 2005.

Girad, Bruce (Comp.) “*Radio [apasionad@s](http://www.comunica.org/apasionados/). Experiencias de radio comunitaria en le mundo*” www.comunica.org/apasionados/ 2006.

La naturaleza del medio alternativo ha sido creada y vista desde la perspectiva de la participación democrática, plural e incluyente, y por lo general en búsqueda del rescate de la diversidad cultural y de mensajes.²⁶³

Esto nos llevó a pensar primeramente si **¿Están las radiodifusoras universitarias estudiantiles creadas como un proyecto de comunicación alternativa de características plurales, participativas y con objetivo social?**

Además de realizar un diagnóstico y una descripción histórica de estas radiodifusoras, quiénes las integran, cómo las integran, etc.

La investigación nos mostró lo siguiente:

Muchas veces un grupo inicial de alumnos y profesores comienzan el proyecto y al final, al egresar los alumnos, desaparecen o sólo algunos quedan o siguen participando de manera esporádica. Los profesores generalmente son los que continúan en los proyectos, aunque puede suceder que los proyectos se enfríen por la falta de participación estudiantil, o crecer geométricamente, depende del grado de compromiso de cada institución o académicos, en otros casos, se genera a raíz de estos proyectos, una opción que puede llegar a ser institucional con diversos grados de integración estudiantil.

Las radios universitarias estudiantiles que funcionan actualmente son las de la **UANE** que es por cable y la de **IBERO Laguna** por Internet y por cable. En el caso de la **IBERO**, la radio está consolidada en Internet, aunque la baja

²⁶³ Ver: Simpson, Máximo “Comunicación alternativa y cambio social” Editorial La red de Jonás 1986:

Máximo Simpson Gringber, Claudio Aguirre Bianchi, Diego Portales, Fernando Reyes Matta.

Cebrián Herreros, Mariano “Globalidad comunicativa de la solidaridad y defensa del ciudadano frente a los poderes mediáticos”, en revista de comunicación latina enero – febrero 2003 año 6, numero 53 ver:

<http://www.comminit.com/la/tendencias/lact/tendencias-20.html> 2004.

Mac Bride, Sean “Un sólo mundo, voces múltiples” FCE 1980.

Barbero, Jesús Martín “El oficio del cartógrafo travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura” FCE, Chile 2002.

Kaplún, Mario, “El comunicador popular” Editorial Lumen 1987.

Mattelart, Armand y Piemme, Jean “La televisión Alternativa” Editorial Anagrama 1981

participación estudiantil es un problema que les aqueja cada semestre, el plan es la transición al FM, pero aún nada en concreto. El caso **UANE**, que es la “propaladora”, se planea ampliar esa cobertura y generar programación, y cuando esto se consolide, se busca poder transmitir al menos de 1 a 10 Watt de potencia dentro de las instalaciones, experimentalmente, pero todavía es un proyecto a futuro.

Las que ya no existen son: la radio universitaria estudiantil en la **UAL**, de la cual no quedo mayor vestigio al ser desmantelada y durar unos meses, (*la radio institucional de la UAL por FM, está en periodo de prueba de frecuencia y del paso de las pruebas de SCT*). La Radio Estudiantil de la **UA de C por FM** desapareció al ser cerrada por la **SCT al momento en que ésta sube su potencia de 1 watt a 30, habiendo durado 10 meses al aire**. La universidad está buscando continuarlo ahora por la vía institucional. el recurso se encuentra etiquetado y la inversión espera únicamente el visto bueno de la SCT, ya que se han realizado todos los trámites con la asesoría de un grupo regiomontano especializado. En el caso de la UADEC, el recurso se encuentra etiquetado y la inversión espera únicamente el visto bueno de la SCT, ya que se han realizado todos los trámites con la asesoría de un grupo regiomontano especializado.

Las que no cuentan con una radio universitaria estudiantil son: **ULSA** puesto que se tiene un sistema de sonorización, para el desarrollo del gusto musical y frases motivantes, que no permite que los alumnos participen, aunque los directivos manifiestan su deseo de poder contar con un medio donde los muchachos puedan incluirse, pero todavía no hay algo en concreto, este sistema, lo consideran una primera etapa, pero aún no hay tiempos específicos para pasar a una segunda.

El **Tecnológico Sierra Madre**, no tiene proyectado una radio universitaria estudiantil o institucional. Se desea, pero no está dentro de planes inmediatos, -es la universidad más joven en este estudio de La Comarca Lagunera- y el proyecto

por Internet que está por presentar un empleado de la universidad, no sabremos que pasará por los tiempos de esta investigación.

Los resultados que el estudio arrojó fueron diversos y en algunos casos diferentes a los esperados. El principal factor de esta diferencia con lo expuesto en las hipótesis y lo encontrado en la mayoría de estas radiodifusoras, (como ya mencionamos) fue que no existe una cátedra o exposición de la teoría de la comunicación alternativa en estas universidades, además que el referente básico tanto en las ondas como en las aulas, es la radio comercial y en pocas ocasiones la radio cultural, y ni mencionar la radio alternativa (comunitarias, libres, indígenas, etc.)

Además que el lenguaje radiofónico es visto generalmente bajo el paradigma de lo comercial y en muchos libros de texto es posible apreciarlo, pensando en las audiencias en términos de “rating” y de manipulación de tiempos específicos de reproducción, así como de formatos prefabricados.

La alternatividad se puede apreciar solamente en la diferenciación de la barra musical, es decir, en la transmisión de géneros musicales distintos a los transmitidos (principalmente) en la radio comercial, música que va desde el rock pesado, la trova, y el rap, y en la búsqueda de producir programas llamativos y diferentes “que no transmitirían en la radio comercial”, esto pensado principalmente, en una mayor cantidad de información y en un tratamiento de temas “tabú” que a los jóvenes les interesan y que no son comunes en la radio comercial, o que son tratados de manera escueta y trivializada, sin profundizar.

Algunas de las características de alternatividad que poseen algunas de estas radios son primeramente la pluralidad en el sentido de participación de actores diversos de la comunidad universitaria, de diferentes posturas ideológicas, sexo, religión, carreras, universidades, etc.

Aunque no siempre (pero sí ha ocurrido) se da la participación de actores sociales, de organizaciones no gubernamentales, organizaciones civiles, actores políticos y radioescuchas en general. En otras ocasiones como se plantea en esta investigación, el factor alternativo es de proyecto pero la participación es limitada a un grupo restringido de estudiantes y o profesores.

Como puede verse, el factor alternativo depende en mucho de las posiciones ideológicas que tenga cada universidad y cada grupo de estudiantes y profesores, es una cuestión de posturas democráticas y participativas, o de elites constituidas incidentalmente en algunos casos. Ambas posturas pueden darse y se dan en diversas formas y manifestaciones, tan sutiles como la supresión de un género musical, o de un programa de la barra, como en la exclusión del uso del equipo por cuestiones técnicas. Aunque también es necesario observar el entorno y el contexto en que se desenvuelven estos proyectos y en los participantes.

Si bien estas radiodifusoras universitarias estudiantiles son en su mayoría **proyectos alternativos de comunicación** (por sus características antes señaladas, en búsqueda de una diferenciación a la radio dominante), **no son aún así, proyectos de comunicación alternativa**, entendidos desde ésta corriente teórica, que busca un beneficio social y una participación comunitaria, democrática y con una apertura a todos los actores sociales.

Ésta investigación, propone con sus resultados, el tener a la mano, una memoria histórica de estas radios surgidas en el corazón de lo que una vez fue sólo desierto, un diagnóstico de la situación actual de estas radios, de sus vínculos con la comunidad universitaria y con la sociedad; así como un material teórico, con el cual se pueda plantear y seguir las manifestaciones de radio universitaria estudiantil, que surgen en otros entornos universitarios.

Además de una posible guía para futuros estudios sobre **radio estudiantil**, no necesariamente universitaria, o para futuras estaciones de radio que busquen o necesiten conocer otros intentos con los que puedan identificarse o ubicarse, así como aprender, ignorar, o cotejar ciertas ideas y planteamientos. Aunado a esto concebiremos la propuesta de **un modelo de radio universitaria estudiantil**, que pudiera ser planteado, con la debida colaboración de los expertos en la materia legal y técnica de la radiodifusión en la Legislación Mexicana, para la inclusión dentro de los permisionados de este esquema particular con ciertas características propias, tanto de creación, autogestión, producción, formatos, participación comunidad universitaria – sociedad y cobertura de estas mismas. Un plan ambicioso, pero no imposible en las postrimerías, de un país en vías de democratización mediática.

Sobre todo por la naturaleza del entorno teórico de la comunicación alternativa, que permitiría hacer crecer estos experimentos y orientarlos hacia su propia y original re-construcción o / y re-apropiación del medio y un replanteamiento o adecuación de sus esquemas y formatos radiofónicos, en beneficio de la sociedad en la que se desenvuelven, y no sólo en la de su comunidad universitaria, o para su propios fines.

Una premisa importante es que se reconoce en el estudio a estas cabinas como radios, con forma y con estructura, delimitada en este mismo estudio y teorizada de lo que podría ser, con base a la postura teórica de la comunicación alternativa.

Hay que acotar, que muchas veces estas radiodifusoras, precisamente son ignoradas por no ser consideradas como tales, todo siempre basado, al parecer de esta investigación por un prejuicio generado por la lógica de lo comercial, que exige cientos de miles de “watt” de potencia y equipo sofisticado, e infraestructura suficiente, para ser de respeto, sin saber que el verdadero respeto y la denominación de radiodifusión se logra cumpliendo con la especificad del medio,

por su lenguaje, orientación y no sólo por la característica técnica o tecnológica de propagación del medio, sino de la intencionalidad del mismo y del mensaje.

Es la radio estudiantil en las universidades, la manera en como los actores universitarios desean comunicarse con sus semejantes de forma equitativa y con un enfoque incluyente, en beneficio de la comunidad universitaria y a veces de la sociedad en donde se desarrollan, como dijera Mario Kaplun: “*la radio no es un vehículo es un instrumento*”²⁶⁴, estos proyectos y contenidos, son generalmente, acordes a la tarea de servicio social o *servicio público*²⁶⁵, que la radio lleva tatuada en sus ondas desde el primer día que se le concibió.

Las radios universitarias estudiantiles podríamos tratarlas como punta de lanza para la participación ciudadana, y de la sociedad civil, desde la tribuna pública de las aulas y de la academia, donde se forman los comunicólogos, comunicadores y futuros investigadores, que pueden proporcionar una base desde la cual, los individuos y las asociaciones civiles tengan un espacio y generen el espacio para las diversas problemáticas que dentro del entorno propio de cada localidad se generan, y las cuales no han sido cubiertas por los principales actores dominantes de los medios radiofónicos en el país, la industria radiofónica y la radio estatal-cultural-institucional y con una apertura y una interacción estudiantil más profunda que la de las radios universitarias institucionales, que proporciona un interesante matiz a la producción y recreación del imaginario radiofónico.

Para finalizar es posible contestar a los cuestionamientos de esta investigación de forma crítica, puesto que la idea original que se suponía, es diferente a la realidad que aparece frente a nuestra observación participante.

²⁶⁴ **Kaplun Mario**, “*Producción de programas de radio*”, Editorial Crenecca. 1994 Pág. 49

²⁶⁵ “*El servicio público se fundamenta en el reconocimiento del carácter de utilidad general de una actividad...el servicio público ha de ser doblemente público: 1) por llevarse a efecto mediante la cooperación directa o indirecta de todos 2) al tener por finalidad directa o indirecta, la utilidad de todos. El verdadero servicio público, es pues público, a la vez, por su sujeto y por su objeto*” **C. De Paepe en Mattelart, Armand** “*La comunicación mundo*” editorial Siglo XXI 2003, Pág. 86

Creíamos que las radiodifusoras universitarias estudiantiles eran creadas como un proyecto de comunicación alternativa de características plurales y participativas y con objetivo social, son realmente:

Proyectos de alternativos de comunicación, puesto que son experimentos que son diferentes y buscan ser diferentes a la radio comercial, aunque aún así guardan cierta especificidad en cuanto a la realización del trabajo profesional que se hace en la radio comercial, es decir, en cuanto a las características de la locución y de la limpieza de la señal, y la realización.

La pluralidad es una característica que tienen en cuanto a la participación de los individuos dentro de estas radios en la universidad, y el objetivo social, está presente en estas radios, pero generalmente, es hasta que el medio consigue presencia o mayor cobertura, o radioescuchas más participativas, que el sentido social o el objetivo de servicio a la sociedad comienza a aparecer y a desarrollarse, en diversas formas y con manifestaciones diferentes, tanto en la programación de la barra musical, como en los programas y sus contenidos.

Pero es importante plantear el hecho de que las radios universitarias estudiantiles en La Comarca Lagunera, son por lo general, ***experimentos radiofónicos, encaminados a convertirse en laboratorios de práctica y experimentación de los talleres de radio, o intentos de participación que no están sustentados o no tienen un planteamiento claro y argumentado sobre lo que es la comunicación alternativa y la labor social de éstas no se ve reflejada a menos que su cobertura fuera ampliada o su público más extenso, además de que en todos los casos son abiertos a la participación de la comunidad estudiantil.***

La estructura básica de estas radios, así como sus principales mecanismos de operación y de producción y reproducción operantes se manifiestan así:

La estructura de estas radios, es por lo general muy sencilla, al principio un

profesor que dirige, alumnos que participan y proponen, y el vínculo con la dirección es estrecho en cuanto a la reglamentación de estas radios. Sobre todo en la privada.

Los mecanismos de funcionamiento, de operación y producción coinciden en que estas radios buscan la integración de la comunidad universitaria, con una política de apertura a cualquiera que desee participar en la radio. Los esquemas radiofónicos en su mayoría, suelen ser reproducciones un tanto cuanto modificadas del paradigma comercial, (a excepción de la radio de la UA de C, que rompió un poco los esquemas de producción y guión de los promocionales y de los programas) y reproducen los mismos estilos de programas de revista, musicales y de saludos.

La manera en la que los estudiantes se integran o participan con este medio,

surge -por lo general- del Taller de Radio o de un profesor que plantea un proyecto a la escuela, o de alumnos que llevan el proyecto o la inquietud de hacer radio.

Cuando está montado el proyecto, los alumnos suelen participar, por invitación directa de la radio, o invitación de otros alumnos, y muchos otros por realización del taller de radio y quieren que sus trabajos se escuchen. Este interés va encaminado por lo general para quitarse el miedo al micrófono, para aprender a hacer radio, con miras a tener experiencia laboral. En otros casos las razones son por sentido social, de hacer programas que hablen sobre problemáticas sociales y juveniles, o sobre la música que les gusta y que no pasan en la radio comercial.

En algunos casos estos proyectos son simplemente fenómenos de aparición repentina, generados por inquietudes de la carrera de comunicación como experimentos que siguen los patrones de radio convencional pero cuando sobreviven a esta primera etapa, y si encuentran apoyo en la universidad, y se le da seguimiento, estos proyectos van creciendo y se vuelven transgeneracionales, y el proyecto sobrevive gracias a los nuevos jóvenes que se van integrando conforme otros van egresando.

Los patrones de producción de radio comercial están siempre presentes, pues es el único referente fresco que tienen los jóvenes a la mano. Por otro lado muchos de los profesores que participan en estos experimentos son o han sido trabajadores de medios comerciales y unos cuantos de los medios públicos; por lo tanto el esquema de producción y de reproducción muchas veces están basados, en los paradigmas de la “profesionalización del medio”, de los tiempos de programación y de “rating”. La creatividad suele romper estos criterios y si se le da espacio y apoyo se llegan a construir cosas diferentes y modelos nuevos.

Las barras programáticas, tienen una retroalimentación de los medios con sus escuchas pensadas con base en los jóvenes que escuchan la radio, en muchos casos, se planean pensando en la música que le gusta al programador, es decir, el que está en los controles, o el que hace su propio programa musical. En otros casos la música es pensada en el “*Top ten*” de actualidad o en la “música de excelencia”, regularmente es pensada con base a la música que se tiene en el archivo, y generalmente se pone al azar, en etapas más avanzadas de estos proyectos, se planean con base a una pluralidad de gustos y de promoción de diversos géneros, sobre todo cuando el público radioescucha intervine con comentarios.

Las diferencias de proyecto de comunicación entre las radios que aparecen en las escuelas públicas y las radios que aparecen en las escuelas privadas son los siguientes: Las radios universitarias estudiantiles en las escuelas privadas son generalmente un proceso de creación radiofónica pensado como laboratorio de pruebas y de prácticas profesionales, más con la intención de quitarse el miedo al micrófono y como escaparate a sus voces, para que los escuchen los demás, y programar su música favorita del momento. En algunos casos también el poner programas de corte social y de temáticas juveniles.

En la escuela pública es, en parte, un poco de lo mismo: se busca practicar y perderle el miedo al micro, y los programas son musicales, y hay de temáticas

juveniles, pero el carácter de crítica social y de servicio es un poco más notorio, se busca hacer programas de denuncia y muchas veces la música siempre es contraria a la que siempre se pasa, pero los esquemas de participación y de producción son similares.

La interacción entre estas radios universitarias estudiantiles y las radios universitarias formales en el caso de La Comarca Lagunera, no existe aún al aire una radio institucional de ninguna universidad. Y el desconocimiento de que existen otras en el país es grande, se sabe de ***Radio UNAM***, pero nadie hace por buscar apoyo o cualquier tipo de contacto.

El contacto entre las radios universitarias estudiantiles es muy tenue, generalmente están desconectadas unas de otras, muchas veces por su propio gusto o desconocimiento de que existen otras, y en otras ocasiones por miedo al “fusil” es decir a que les copien sus ideas.

La historia en estas radios de como surgen y el por que y de su desaparición y sus causas son similares: La historia se repite al menos en el factor de la participación alumno maestro, y crecen conforme el tiempo avanza y el compromiso aumenta, aunque igualmente suelen desaparecer tal como llegaron. Muchas veces la desaparición de estas radios, obedece al hecho de que los alumnos egresan y los profesores se van o no le dan seguimiento, hasta que algún nuevo grupo de alumnos, interesados en aprender y en experimentar hace su aparición. Por lo general éstos buscan la radio con un fin meramente experimental, o de búsqueda de integración universitaria, y de presentación de los trabajos de los talleres de radio. O por ambiciones de prestigio.

El modo de transmisión que escogen estas radios es el siguiente:

El primer medio que se piensa en muchos de los casos de las radios universitarias estudiantiles, es por cable, en una primera fase, esto debido a que por FM o AM se desconoce la forma de gestionar el permiso, o se tiene la idea de que es muy

difícil (muy acertada) y al no contar en un principio con mucho recurso, se plantan en cable.

Con la entrada del Internet, y las facilidades de la computación, el Internet se ha convertido en la primer opción pensada, por ser relativamente “más barato” que las bocinas y llegar a “todo el mundo” y “no tener censura”, pero las bocinas terminan por ser una opción que se mezcla con la de Internet, debido a que así, los escuchan sus “compañeros” dentro y fuera de la institución. La opción de FM es la más pensada que el AM, debido a que la señal por FM se escucha mejor y además en La Comarca el cuadrante del FM no está tan saturado. Pero siempre se le ve a la transmisión por ondas como la última opción, o como el paso final. Con su excepción de la Radio UA de C que se planteó desde un principio como tal.

En este estudio, planteamos tres hipótesis:

1) “Las radios universitarias estudiantiles se auto-definen como proyectos comunicativos alternos en beneficio de la sociedad, con una difusión de la cultura en todos sus aspectos y variantes y la inclusión en sus barras programáticas de programas generados pensando en problemáticas sociales y culturales de relevancia”.

2) “Las radios universitarias estudiantiles son propuestas basadas en un intento de participación democrática y plural dentro del área de la escuela.”

3) “Se desarrollan primero como una inquietud comunicativa de tipo local y por sus características específicas, buscan ampliar su espectro de cobertura, y al ocurrir esto, se plantean a sí mismas una labor social que involucre a la sociedad, más allá de la institución educativa donde nacen.”

Las hipótesis planteadas, en el estudio, no se cumplieron cabalmente:

El resultado de la primera hipótesis se cumple parcialmente, sólo que debe adecuarse ya que ***“Las radios universitarias estudiantiles se auto-definen como proyectos alternos de comunicación*** (no de comunicación alternativa), ***pero en una primera etapa en beneficio propio y de la universidad, después con el tiempo, y si el proyecto crece en cobertura o alcance, se piensa en beneficio de la sociedad”***.

Pero la parte de ***“con una difusión de la cultura en todos sus aspectos y variantes y la inclusión en sus barras programáticas de programas generados pensando en problemáticas sociales y culturales de relevancia”***, es un aspecto que varía mucho, dependiendo de los integrantes de estas radios, puesto que el concepto de cultura o lo que es cultural, o lo que es relevante de pasar, está en manos del programador, del proyecto y de los actores universitarios. También implica e involucra el perfil de la universidad y de los estudiantes, así como el de la carrera, esto es crucial sobre todo en la definición de los fines y la visión de estas radios y su función. Muchas veces los mismos estudiantes no le dan la importancia debida a estas radios, a menos que ésta llegue al exterior, por medio de FM o Internet (en menor caso) ya sea que se llegue a un acuerdo con medios comerciales o por medio propio. El prestigio y la fama, es una variable que influye mucho en la orientación de los proyectos de muchas de estas radiodifusoras, en especial las de instituciones Privadas. ***Así que esta hipótesis no se cumple como tal, pues porque basado en mi idealismo y en mi personal punto de ver la radio y la idealización que hice del experimento de radio que se hizo en radio UADEC, es que pensaba que las mismas características se daría en las demás radios universitarias estudiantiles.***

La segunda Hipótesis ***“Las radios universitarias estudiantiles son propuestas basadas en un intento de participación democrática y plural dentro del área***

de la escuela.” Es la que parece cumplirse pero no es así: *porque aunque este tipo de proyectos siempre están abiertos a la participación de todos los estudiantes, en el aspecto de la programación, dependerá de los criterios de selección de la estación y de los encargados de ésta, que tan “abierta, plural y tolerante” sea, esto influirá en la inclusión de cierto tipo de música o programas, y el perfil de la estación –generalmente- se vincula con el de la universidad y el de la carrera, y con base a esto, será el perfil de aceptación o de creación, muchas veces guiados por el esquema de la radio comercial y las reglas de locución, producción y programación que operan en estas.*

La tercera hipótesis **“Se desarrollan primero como una inquietud comunicativa de tipo local y por sus características específicas, buscan ampliar su espectro de cobertura, y al ocurrir esto, se plantean a sí mismas una labor social que involucre a la sociedad, más allá de la institución educativa donde nacen.”** Se cumple parcialmente, y es el caso de la radio IBERO y en la Radio UA de C, donde se aprecia más, puesto que lo que empieza como un proyecto universitario únicamente, con el tiempo y la participación de los radioescuchas y de múltiples sectores de la universidad y la sociedad, éste crece se involucra y se vuelven radios con diversos grados de servicio público y de presencia social, lo que cambia la óptica y el enfoque tanto de la radio a la comunidad universitaria, como de la universidad hacia la radio y de la sociedad hacia ésta. ***Pero hay que aclarar que estas radios tienen en común la presencia de un mayor auditorio, el factor tecnológico y de cobertura juega un papel primordial en el grado de labor social o de servicio público que se maneja en cada estación.***

Lo que debe quedar claro es que: Si bien estas radiodifusoras universitarias estudiantiles son en su mayoría ***proyectos alternativos de comunicación*** (por sus características antes señaladas, en búsqueda de una diferenciación a la radio dominante), ***no son aún así, proyectos de comunicación alternativa,***

entendidos desde esta corriente teórica, que busca un beneficio social y una participación comunitaria, democrática y con una apertura a todos los actores sociales.

Lo que es importante aclarar, es que este tipo de experimentos en La Comarca Lagunera son “sui generis”, ya que no se sabe de algún intento de radio comunitaria o libre, que planteara una propuesta diferente de radiodifusión, como el caso de las radios indigenistas o radios ciudadanas como “*Radio Huayacocotla, Radio Jén Pug o La Voladora*”, y otros ejemplos de radios rurales y urbanas, es por eso que este experimento de FM de la U A de C y de las radios universitarias estudiantiles de la escuela privada como la de la IBERO, son tan relevantes y tienen un peso tan específico y una penetración como la que tienen en la Comarca Lagunera.

Es prudente ver estas radiodifusoras con cautela y que con base a este estudio se pueda identificar los diversos tipos o etapas en las que se encuentran estas radios en otras latitudes. De este modo que la investigación, les pueda servir como base para el planteamiento de un proyecto alternativo más formal, y no sólo espontáneo, pensado y creado pensando en el beneficio social.

Los objetivos de esta investigación fueron cumplidos:

Pudimos hacer un reconocimiento de la naturaleza de estos proyectos como intentos de comunicación alternativa y su relevancia en la comunidad universitaria y en la sociedad.

Analizamos estos fenómenos comunicacionales y evidenciamos la naturaleza de su surgimiento y sus características principales.

Obtuvimos una clasificación de estas radiodifusoras, basada en su historia, su proyecto y su interacción.

Analizamos históricamente la situación de las radios universitarias estudiantiles que surgen en La Comarca Lagunera, en específico las dos ciudades más importantes Torreón Coahuila y Gómez Palacio Durango.

Finalmente creamos una clasificación para identificarlas y distinguir este tipo de radiodifusoras, y las nombramos “**radios universitarias estudiantiles**” que permitirá facilitar su posterior estudio en otras investigaciones. Además de un modelo ideal de éstas, y una categorización sobre el cómo se desarrollan.

Para cerrar la investigación proponemos el planteamiento de cómo debería ser una radio universitaria estudiantil, es decir, un modelo que podría ser incluido en la legislación mexicana al respecto, bajo la tutela de los expertos en las materias legales y técnicas y de participación social, este modelo entraría dentro del rubro de permitidas, como figura legal denominada *Radio universitaria estudiantil*, que se le otorgue permiso necesario aunque la universidad cuente con una radio institucional en funcionamiento.

Modelo de Radio Universitaria estudiantil.

- a. Proyecto de Alumnos y profesores, instaurado en facultades o escuelas de la universidad. Con un carácter de apertura y pluralidad, es decir, que establezca en sus estatutos, que el uso, la programación, la participación, la difusión y la producción de esta radiodifusora, será incluyente, abierta a cualquier persona que desee participar, con la responsabilidad de funcionar bajo los lineamientos que la universidad y la radio prevea y estipule; así como respetar la ley federal de radio y televisión con referencia a los contenidos de las emisiones. Además que se incluya la libertad de pensamiento, opinión y expresión, como base fundamental de estas radios, y que no se omita o discrimine la participación de ningún sector de la

sociedad (urbano, rural, indígena, estudiantes, gay, feministas, políticos, activistas sociales, etc.) que solicite un espacio en esta radio, mientras se respete al público y no se dañe o afecte a terceros, o se actué con dolo.

- b. Que estas radios se comprometan a no comercializar espacios, o a lucrar en beneficio propio o de los integrantes de éstas, pero, que sí tengan mecanismos para allegarse recursos para la manutención de la radio, ya sea por patrocinios, actividades extracurriculares, o inserción de publicidad en medios alternos como Internet, folletos, o de cualquier otra índole, que les permita asegurar la permanencia de la estación, así como el correcto desempeño técnico y de contenido programático.
- c. Que la radio se comprometa a no ser estandarte o bandera política, electoral, o de intereses comerciales, políticos, o personales, que sea un medio plural e incluyente, con una visión comprometida con la sociedad y la comunidad universitaria, y que no sea plataforma ni trinchera política de nadie. Pero si una tribuna de discusión pública sobre temas de esta índole, con la inclusión de todos las vertientes políticas en cuestión.
- d. Que en sus estamentos quede asentado, la primordial tarea de servicio público, a la sociedad y la comunidad universitaria, que su programación sea coherente con esto, que busque y experimente nuevos formatos y planeación programática, así como de vestido de la estación y promocionales de la misma, estos lineamientos de búsqueda de creatividad y diferenciación como parte fundamental de ésta, para evitar la repetición de patrones o conductas de radiodifusión existentes y/ o dominantes, que permita la

experimentación libre y el desarrollo de nuevas formas y formatos de radiodifusión.

- e. Aunado al punto anterior, que la programación sea de carácter social, comunitario y cívico, además de entretenimiento, se buscará que los contenidos sean de mayor envergadura, con más información, y con un trabajo de investigación profesional, dependiendo el caso de cada formato. Pero en esencia, que cada programa busque de manera profesional, el informar de manera más holística, no parcial, sobre los hechos o acontecimientos que de estos programas emanen.
- f. Que la radio sea inclusiva con todas las expresiones culturales, tanto musicales, como artísticas, que se incluyan todas las vertientes del arte, la música, la literatura, la academia, la ciencia y la investigación. Que la difusión de la cultura (popular, masiva, clásica, etc.) sea amplia y decisiva en los lineamientos de estas radios, evitar la creación de élites de una determinada corriente de la cultura, pero que sea de mayor realce a la cultura local, regional y nacional y sus expresiones (cuentos, leyendas, música, fiestas, etc.)
- g. Que el manejo de la estación de radio esté en manos de los estudiantes, con la tutela y guía de profesores asignados a ésta, que se verán lineados por estas disposiciones, objetivos y prerrogativas de la estación, buscando el interés de la estación y su labor social, por sobre el de los individuos. Pero que el manejo de la radio sea trans-generacional, para asegurar la participación de diferentes alumnos y maestros y que éstos puedan participar siempre, por ello los puestos directivos de producción, locución, relaciones públicas, reporteros, fonotequistas etc., sean temporales y cambien por

decisión interna en los tiempos que consideren pertinentes. Asegurando la participación democrática y por desempeño en los mismos.

- h. Que la universidad, escuela o facultad, tenga ingerencia en éstas, pero que no interfiera negativamente en el desempeño de la misma, que su labor sea de supervisión y de vigilancia del cumplimiento de los lineamientos de la radio, mas no como censura. Que su labor sea de representante legal de estas radios.
- i. La potencia de estas radios se puede solicitar de 1 a 10,000 watt de potencia, dependiendo de la banda de frecuencia solicitada (AM o FM) y de las condiciones de cada locación, y de las características específicas de cada radio y sus fines de alcance. La frecuencia será tomada por los lineamientos de la normatividad, y en caso de existir la digitalización, y que la universidad tuviera una radio institucional ya transmitiendo, que fuera posible, incluir en la inmediata frecuencia de la universidad, o en cualquier otra.

Este tipo de radio difusoras podrían ser consideradas dentro de la características de experimentales, o culturales de la actual ley de radio y televisión vigente a febrero del 2006. En caso de cambiar, podría establecerse esta figura jurídica propia en la nueva legislación, una meta ambiciosa y muy gratificante si se realiza para los radioescuchas y los radiocreadores, pero por desgracia esto tal vez será realidad en algunos años, (si es que se toma en cuenta esta humilde sugerencia) y de pasar sólo faltaría ver si Televisa lo permite.

Expondremos una tabla comparativa con las características principales de cada radiodifusora de cada universidad.

Tabla comparativa de las radios universitarias estudiantiles de La Comarca Lagunera.

Características de los Ejes Guía de investigación	Radios de Universidad Pública		Radios de Universidad Privada		
	Radio UA de C	Radio UA de C	UAL	UANE	IBERO
Medio de transmisión	<i>Cable</i>	<i>FM</i>	<i>Internet</i>	<i>Cable</i>	<i>cable e Internet</i>
<i>1) Historia:</i>					
Propuesta de alumnos/ maestros	si			si	
Propuesta de maestros / alumnos		si	si		si
Participación plural de alumnos	si	si	si	si	si
Antecedentes	La primera	La segunda	La única	La única	La única
Participación de la comunidad universitaria.	Poca/ alumnos de la facultad	Mucha/ alumnos de varias facultades de la universidad, del taller de radio, y externos, sociedad civil.	Nula/ solo alumnos del taller de radio.	Media/ alumnos de las diferentes carreras de la universidad.	Media/ alumnos de diferentes carreras de la universidad, del Taller de radio, y externos.
Apoyo de la universidad e infraestructura.	Poca/ Permiso de transmisión en la facultad, aula asignada, apoyo de algunos materiales básicos.	Media/ Permiso de transmisión en la facultad por FM, aula asignada, apoyo de compra de equipo, audio y computo, materiales básicos. Construcción de las instalaciones de la radio por alumnos. Software libre. La coordinación y rectoría involucrada tardíamente.	Poca/ Permiso de transmisión por Internet una dirección IP del "web host" de la Universidad, aula asignada, algunos materiales básicos.	Poca/ Permiso de transmisión por cable y bocinas en la universidad, aula asignada, materiales básicos, presupuesto de mantenimiento.	Mucha/ Permiso de transmisión por cable y bocinas y en Internet un servidor exclusivo para la radio, cabinas asignadas de transmisión y producción equipadas totalmente. Software profesional. La dirección esta al tanto de sus movimientos.

Pioneros	Alumnos de comunicación Benjamín Mijares, Daniel de la Fuente. Profesor Pascual Reyes Con algunos de sus ex integrantes trabajando en medios	Profesor Fernando Reyes, Prof. Pascual Reyes, alumnos de comunicación Jorge Sadi y Maximiliano Contreras, Roberto Pérez Peña. Con algunos de sus ex integrantes trabajando en medios	Profesora Maria del Carmen Flores, alumnos de comunicación de 5º y 7º Con algunos de sus ex integrantes trabajando en medios	Alumnos de comunicación organizacional "el Mike" y "el pollo" Profesores Héctor Alfonso Ayala y Fernando Canibe Con algunos de sus ex integrantes trabajando en medios	Profesores, Héctor Becerra, Paco Javier y Víctor Elizalde, alumnos del Taller de radio en comunicación, Bernardo Arrollo, Gerardo Ríos, Caro Ríos, Ana Lilia Valle, Melissa López, Carmen Mendiola, Brenda y Janet, Carmen Lazalde Miguel Ángel Cornejo. Con algunos de sus ex integrantes trabajando en medios
Ex participantes trabajando en medios de comunicación.	si	si	¿?	si	si
Permanencia	1 año duró transmitiendo	10 meses duró transmitiendo	4 meses duró transmitiendo	Aún transmite	Aún Transmite.
Motivos de cierre	Se desgasto el proyecto, egresaron los alumnos.	Cierre por no tener permiso de SCT	Renuncia del profesor encargado	-----	-----
Documentos de la radio	No	Si: Fotos, proyecto de la estación, de programas, Barras programática, manual de operaciones, reglamento interno, Material hemerográfico, un escrito monográfico, material de audio de la estación. Material de	No	Si: Reglamento interno, cartas y documentos de la universidad, manual de locución, un archivo de audio. Material hemerográfico. Barra programática.	Si Barra programática, Material de audio de la estación, material de diseño gráfico (publicidad), material hemerográfico.

2) Organigrama	UA de C Cable	UA de C FM	UAL Internet	UANE Cable	IBERO Cable/ Internet
Estructura de administración interna	No	Si Director de la Radio. Jefes de área, Fonoteca, Productores, Operadores/ locutores, reporteros. Reglamento Interno estructurado de la estación.	No	Si Encargado del proyecto. Encargado de la Cabina. Locutores. Reglamento interno semi estructurado de la estación.	Si Encargado de comunicación educativa. Director de la estación. Productores/ Locutores Reglamento interno del centro de comunicación educativa.
Puestos de mandos asignados					
a) Profesores		Director de la radio.	Director de la Radio	Director del proyecto, director de la cabina.	Director de proyecto, director de la estación.
b) Alumnos	Responsables de la Radio	Coord.. de producción y coord. de operadores/ locutores. Locutores y operadores/ productores.		Locutores/ operadores.	Productores, operadores locutores.
Barra programática	¿?	Si Dividida en géneros musicales de una hora de duración(archivo musical). Con programas temáticos insertados en horarios específicos.	¿?	Si. Barra de programación musical dividida en periodos de 2 horas. Matutino, Vespertino y Nocturno. De lunes a Viernes Transmisión en vivo. Solo	Si Barra programática de géneros musicales de una hora de duración(archivo musical) Con programas temáticos insertados en horarios específicos. Transmite todos los días, todo el día en formato de 8 horas de transmisión que se repite 3 veces. Transmisión grabada, automatizada, en vivo solo en

Programas	¿? Se sabe que tenían pero no hay registros.	Si (*) De tipo: Musicales, temáticos, noticiosos, de revista, deportivos, culturales, dramatizaciones. De contenido: Social, de crítica social, artística y cultural, universitario, institucional, local, nacional, internacional, político, de salud, recreativo, de espectáculos, académicos, de Género, etc.	¿? Una Entrevista con el vicerrector.	Si (*) De tipo: Musical De contenido: Musical y motivacional.	Si (*) De tipo Musicales, temáticos, noticiosos, de revista, deportivos, culturales. De contenido: Crítica Social, crítica musical, universitario, institucional, local, nacional, internacional, de género, de salud, recreativo, de espectáculos, académicos, etc.
Promocionales	¿? No se tiene conocimiento de su existencia.	Si (*) P1 (Promos de la estación, identificación, etc.) P2 (Promos de programas) P3 (Promos de servicio social y concientización) P4 (Promos de la universidad e institucionales) P5 (Promos de eventos variados) P6 (La hora) P7 (Cápsulas informativas) P8 (Cívicos)	No	Si P1 (Promos de la estación, identificación, etc.) Características Convencional, de 30 segundos de duración.	Si P1 (Promos de la estación, identificación, etc.) P2 (Promos de programas) P3 (Promos de servicio social y concientización) P4 (Promos de la universidad e institucionales) P5 (Promos de eventos variados) P6 (La hora) P7 (Cápsulas informativas) P10 (Promos de instituciones gubernamentales) Características: Convencionales, de duración promedio 30 seg y 1 minuto.

		radiofónica.			
Interacción interna y externa, con el radioescucha, con la universidad y	Participación Plural con poca presencia entre la comunidad	Participación plural con amplia penetración en alumnos, la comunidad universitaria ,	Participación limitada, con poca presencia comunidad	Participación Plural con poca presencia entre la comunidad	Participación plural, pero vinculada la de los alumnos a la clase de taller de radio. Con participación de alumnos de otras universidades y preparatorias.
3) Proyecto de la Radio					
Identidad y vestido de la estación.	Si : slogan únicamente: "Sonido Universitario, la única estación por cable"	Si: Nombre, slogan promocionales y logotipo1: 107.7FM Radio Universidad "una opción diferente para tus sentidos"	Si: solo slogan "Expresión a tus sentidos"	Si: Solo nombre "Fusión 222"	Si: Nombre, slogan, promocionales y logotipo2: Interactiva 4.5 , "H2i Aquasonica"
Fines de la Radio	Fines académicos y de practica profesional.	Fines académicos y de práctica profesional, y unión de la comunidad universitaria, fines culturales, sociales y de responsabilidad con la sociedad y el radioescucha. 3 Búsqueda por no ser o sonar igual a la radio comercial o cultural. Búsqueda por tener y hacer propuestas de programas de contenido. Propuestas alternativas de producción radiofónica.	Fines académicos y de practica profesional.	Fines académicos y de practica profesional y unión de la comunidad universitaria. Búsqueda por ser una radio más parecida a la cultural, pero con su propia identidad.	Fines académicos y de practica profesional, y unión de la comunidad universitaria, Búsqueda por no ser o sonar igual a la radio comercial o cultural. Búsqueda por tener y hacer propuestas de programas de contenido. Propuestas alternativas de producción radiofónica, pero muy vinculadas a los esquemas comerciales.
Promoción	No	Estuvo Limitada al medio y la universidad	No	Limitada al medio y la Universidad	Limitada al medio y la universidad

Bibliografía

Aceves, Francisco, (compilación) "Radiodifusión regional en México, Historias programas, audiencias" Editado por la U. de G.

Aguirre, Bianchi Claudio, (compilación) "Sobre la autoconciencia y la comunicación alternativa en un proceso de transición" en Simpson, Máximo "Comunicación alternativa y cambio social" Editorial La red de Jonás 1986.

Arredondo, Pablo (compilación) "*Radiodifusión regional en México. Historia programas, audiencias*" Editado por la U a de G.

Bayona, Claudia (Compilación) "*Radio y Democracia en America Latina*" IPAL 1989

Bernal, Hernando "Radio educativa para el desarrollo rural" (*Compilación*) en "*Radio y Democracia*" IPAL 1989

Barbero, Martín "*El oficio del cartógrafo*", Editorial FCE 2002.

Calleja Aleida, Solís Beatriz, "*Con Permiso La radio comunitaria en México*", AMARC México, AMEDI, CMDPDH, Fundación Friedrich Ebert-México, 2005.

De la Selva, Alma Rosa, "*Radio e ideología*" Editorial El caballito 1991

Esteinou, Javier "*La utopía de la comunicación alternativa en le aparato dominante de la cultura de masas*" en: Simpson, Máximo "*Comunicación alternativa y cambio social*" Editorial la red de Jonás 1986.

Esteinou Javier, "*Economía política y medios de comunicación*" Trillas1990.

Enríquez Terrazas Eduardo, García Valero José Luis, *“Coahuila una historia compartida”* Editado por Instituto de investigaciones Dr. José Maria Luis Moras. México 1985

Ewald, Irene y Carabaza Julieta *“Historia de los medios de comunicación en Coahuila”* Editado por la UA de C Coordinación de estudios de postgrado 1992.

Flores Bedregal, Teresa *“Las radios de los mineros bolivianos” (Compilación) en “Radio y Democracia”* IPAL 1989

Fernández Christlieb, Fátima *“La radio Mexicana centro y regiones”* editorial Juan Pablos 1997.

Fuentes Navarro Raúl, *“La investigación académica sobre comunicación en México, sistematización documental 1995-2001”.* ITESO Guadalajara, Jalisco, México, 2003 530 pp.

Habermas, Jürgen *“Historia y crítica de la opinión pública”* Ediciones Gustavo Gili 1981.

Kaplun, Mario, *“El comunicador popular”* Editorial Lumen 1987.

Lewis, Peter *“El medio invisible, radio pública, privada, comercial y comunitaria”,* editorial Anagrama 1984.

Mac Bride, Sean *“Un sólo mundo voces múltiples”* FCE 1980

Maffesoli Michel, *“El tiempo de las tribus. El declive del individualismo en las sociedades de masas”* Editorial ICARIA.2001

Mazcorro Velarde, Elvira, et al “*La producción agropecuaria en la comarca lagunera (1960-1990)*”, editado por la Universidad Autónoma Chapingo. 1992.

Mattelart, Armand en “*Comunicación Mundo, historia de las ideas y las estrategias*” Págs 101-102. Editorial siglo XXI. 2003

Mattelart, Armand “*Pensar sobre los medios*” Editorial Fundesco. 1995.

Miquel, Rodrigo y Ruiz, Collantes “*Cronología*” (Compilación) en “*De las ondas rojas a las radios libres*” editorial Gustavo Gili.

Moore, Shaun “*Interpreting Audiences. The ethnography of media consumption*”, editorial SAGE 1993.

Morin, Edgar “*Ciencia con Consciencia*” Editorial Anthropos 1984

Muchon Jean, “*Política y medios, los poderes bajo influencia*” Ed. Gedisa 1999

Prieto, Daniel “*Discurso autoritario y comunicación alternativa*” editorial Coyoacan 1997

Peter Dahl, (compilación) “*Detrás de tu aparato de radio está tu enemigo de clase*” en “*De las ondas rojas a las radios libres*” Editorial Gustavo Gili. 1984

Portales Diego, “*Perspectivas de la comunicación alternativa en América Latina*” en: Simpson, Máximo “*Comunicación alternativa y cambio social*” Editorial la red de Jonás 1986.

Quezada Edmundo, Toussaint Florence, (compilación) “*INI*” en “*Perfiles del cuadrante*” editorial Trillas. 1989

Romo, Cristina “*La otra radio voces débiles, voces de esperanza*” coedición IMER, Fundación Buendía 1990

Romo, Cristina “*Ondas, canales y mensajes, Un perfil de la radio en México*” Editorial ITESO 1991

Rebeil, Corella (Compilación) “*Perfiles del Cuadrante, experiencias de la radio*” Editorial Trillas, México 1989.

Simpson, Máximo “*Comunicación alternativa y cambio social*” Editorial La red de Jonás 1986

Trejo Delarbe, Raul “*Prologo*” (Compilación) en “*Perfiles del cuadrante*” editorial Trillas.

Villanueva, Ernesto “*Derecho mexicano de la información*”, editorial Oxford 2000

Woldenberg, Jose “*De la pluralidad en los medios*” en:(Compilación) “*Medios democracia y Fines*” UNAM 1990.

Tesis consultadas:

Camacho Hernández, Ana Patricia “*Historia de los medios de comunicación en la laguna. Una Historia de vida*” México, el Autor, UIA Torreón, Coahuila 2001.

Cotera, Correa, Gerardo “*Radio UDEM: Una emisora universitaria experimental comprometida con su comunidad*” Tesis el autor, Tecnológico de Monterrey.

Corral Valenzuela, Leticia. *“Análisis de la programación de radio que capta Tlayacupan, Morelos y un modelo de reestructuración acorde con la realidad social de los receptores”* México, El autor, 1981.

Chong, Blanca *“La radio en la laguna. Un estudio de audiencias”* México, el autor, UIA 1998.

Gómez, Ortiz María Gabriela *“Radio Comunitaria una expresión de la comunicación alternativa, el caso de radio Ibero”* México, el autor , UIA 2000.

López González, Rafael *“Departamento Autónomo de Recursos y publicidad (DAAP) La experiencia del Estado Cardenista en políticas estatales de comunicación 1937-1939”* El autor México 2002 pp. 277

López Vázquez, Luis Alberto. *“Alternativa para una radio experimental en la ENEP Acatlán”* México, El autor, 2002.

Mejía Barquera, Fernando, *“La industria de la radio y la televisión y la política del Estado Mexicano (orígenes y desarrollo)”* México, el autor, 1981 pp 478

Ruiz Martínez, Limbania Ruth. *“Acuerdos y contubernios entre concesionarios radiofónicos del Distrito Federal de radio y televisión”* México, el autor, 1999.

Rodríguez Palma, Miguel Ángel. *“Ondear de banderas negras en una alternativa radial : Radio Pirata en México, década de los noventa”* México, El autor, 2002.

Santana Reyes, Sandra. *“La radio y sus recursos :el locutor de Frecuencia Modulada en el Distrito Federal en los noventa”,* México, El autor, 1998.

REFERENCIAS DE INTERNET

- **Emanuelli, Paulina** “*Investigación de la comunicación en Argentina - Reflexiones sobre la investigación crítica*” Revista de Comunicación Social La Laguna (Tenerife) Noviembre de 1999 - número 23 referencia <http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos/2/16paulina.html>
- **Girad, Bruce** (Comp.) “*Radio [apasionad@s](http://www.comunica.org/apasionados/), Experiencias de radio comunitaria en le mundo*” www.comunica.org/apasionados/ 2006
- **Girad, Bruce** (Comp.) “*Secreto a Voces NTICS e interactividad*” FAO, CISP, FFES, et al, www.comunica.org 2006
- <http://www.imer.gob.mx/>
- **Rosa María Alfaro** – Publicaciones, <http://www.comminit.com/la/pioneros/lapioneros/pioneros-28.html>
- **Dueña, Guzmán Maximiliano** “*Globalización y Comunicación Alternativa*” <http://www.wacc.org.uk/modules.php?name=News&file=article&sid=414>
- **Bouissa Alfredo, Curuchet Eduardo, y Orcajo Oscar**, “*Las Otras Radios*”, editorial Nordan-Comunidad, 1998
- <http://www.lateja.org.uy/elpuente/lasotrasradios/otrasnombres.html>
- *Portal de transparencia de la SCT.* <http://transparencia.sct.gob.mx/index.php?id=440>
- **Radio cultural y estatal** “*Tercer Foro de Radio Educación*”, en: <http://www.radiomexicana.com/index.cfm?catID=1245>

- **Frías Herrera, Freddy** “*Historia de la radio*” vinculo <http://webs.sinectis.com.ar/mcagliani/hradio.htm> 2005
- **Rodrigo Fernández ,Martín** en
- <http://www.monografias.com/trabajos6/hira/hira.shtml#apa2005>
- **Bellis, Mary** “*The Invention of Radio*” en : <http://inventors.about.com/mbiopage.htm>2005
- **García, Ruth**“*Los nombres de la historia radiofónica, Reginald Aubrey Fessenden*” en <http://www.portalmundos.com/mundoradio/nombres/reginaldfessenden.htm> 2005
- **Funes, Patricia** “*Historia de la radio*” en : <http://www.unsl.edu.ar/~cronicas/cronicas.htm> 2005
- **Mejía Barquera, Fernando** “Historia mínima de la radio mexicana (1920-1996)” en: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/FMB/foromex/historia.html> 2004
- **Ediciones Domlmen S.L.** “El ministerio de propaganda” en: <http://www.artehistoria.com/batallas/contextos/4077.htm> 2005
- **Martínez, Rodolfo**, “*Crítica a la propaganda Nazi*” en: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc89/critica.html> 2005
- **Piza, Arturo** “*Goebbles y la propaganda del Tercer Reich*” <http://www.rebellion.org/medios/030519apiza.htm> 2005
- **Talqueche, Marcos** “¿Quiénes Somos?, Radio Rebelde” ver : <http://www.radiorebelde.com.cu/temas/quienes/quienes.htm> 2005
- **Cebrián Herreros, Mariano** “*Globalidad comunicativa de la solidaridad y defensa del ciudadano frente a los poderes mediáticos*”, en revista de comunicación latina enero – febrero 2003 año 6, numero 53 ver: <http://www.comminit.com/la/tendencias/lact/tendencias-20.html> 2004

- **Dueña, Guzmán Maximiliano** “*Globalización y Comunicación Alternativa*”
referencia en:
<http://www.wacc.org.uk/modules.php?name=News&file=article&sid=414>
2004
- “**USA Radio Amateurs**” ver en: <http://www.ac6v.com/history.htm> 2005
- “**La Radiodifusión**” ver : <http://exordio.com/1939-1945/civilis/telecom/radiodifusion.html> 2005
- **Propuesta ciudadana de ley de radio y televisión**www.senadorcorral.org
2004
- **CIRT**
http://www.cirt.com.mx/estaciones_concesionadas_permisionadas.html
2005
- **Dirección General de Bibliotecas**, “Tesiunam” Ver:
<http://www.dgbiblio.unam.mx/tesiseunam.html> 2005
- **Catalogo CONNEIC** en:
<http://148.201.94.8/coneicc/cat.aspx?cmn=search&fulltext=radio+universitari&pos=1> 2005
- **Catalogo ITESM** en: <http://148.201.94.8/ccdoc/>
- **Catalogo UAM** en : <http://tesiuami.izt.uam.mx/uam/default.php>
- **Universidad INCCA de Colombia** ver:
http://www.unincca.edu.co/c_social.htm 2005
- **ISER** ver: www.perio.unlp.edu.ar/extension/iser/Programa%20ISER%202005%5B1%5D.doc 2005
- **UCE** ver:
http://www.ucentral.edu.ec/facultades/comunicacion1/comunica_pensum.html 2005
- **Karam, Tanius** “ *Comunicación popular, organismos civiles y democracia*”
en revista mexicana de la comunicación, ver enlace:

<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc70/comunicaci%F3n.htm> 2005

- **CONACYT** Catalogo de zonas geográficas: <http://ccc.inaoep.mx/univ/> 2004
- **López Veneroni, Felipe** “Radio Universidad Nacional. 60 años de difusión cultural y extensión del pensamiento universitario” en <http://serpiente.dgsca.unam.mx>
- Información en **FOMEC A.C.** ver en: www.investintorreon.com.mx ó www.fomec.org.mx
- “El caso de Torreón, Gómez Palacio y Lerdo” ver: <http://mx.geocities.com/rpgaby/> y <http://mx.geocities.com/rpgaby/cap5.htm>
Marzo 2005
- **SCT**
http://portal.sct.gob.mx/SctPortal/appmanager/Portal/Sct?_nfpb=true&_pageLabel=P28002 2005
-

Publicaciones:

- “**30 aniversario de la FCPYS**” articulo publicado en: *El Visor visión universitaria*, editado por la Coordinación Unidad Torreón año 1, número 3, Septiembre de 2002.
- **INEGI**, “*Anuario Estadístico de Coahuila de Zaragoza*” Edición 2004, México.
- **Rosales Reyes Martha**, “*Informe de la dirección municipal de cultura*” Municipio de Torreón, 2004.

Entrevistas:

Universidad Autónoma de Coahuila:

	Rector: <i>Ing. Jesús Ochoa Galindo</i>
	Coordinadora Unidad Torreón: <i>Ing. Rosa María Franco Parra</i>
	Director: <i>M. C. Roberto López Franco</i>

	<p>Secretario Académico: <i>Lic. Pascual Reyes Hernández</i></p>
	<p>Profesor Tiempo completo e investigador: <i>M. C. Lerins Varela Castro</i></p>
	<p>Profesora Tiempo completo: <i>M. C. Gabriela Aguilar Ramos</i></p>
	<p>Encargado de audio y video del CCU <i>Lic. Maximiliano Contreras Ortiz</i></p>
	<p>Alumno: <i>Roberto Salvador Pérez Peña 9º Semestre Comunicación</i></p>

Egresados:	
	Lic. José Antonio Cobian Hernández
	Lic. Jorge Sadi Durón

Tecnológico Sierra Madre

	Directora: Lic. Alma Leticia Sosa Rangel
	<ul style="list-style-type: none"> • Profesora de Tiempo completo: Lic. Gabriela Días
	Encargado de audiovisuales: Guillermo Padilla Orozco
Alumnos:	8º semestre de Ciencias de la Comunicación

	<p><i>Karen Odette Ortiz Samaniego,</i></p>
	<p><i>Salvador Alcocer Hernández</i></p>
	<p><i>Emily Espinoza Hernández</i></p>

Universidad Autónoma de la Laguna (UAL)

	<p>Vicerrector: <i>Dr. Jamil Darwish</i></p>
	<p>Jefa de la Carrera de Comunicación y Periodismo: Lic. <i>Alejandra Pérez Chávez</i></p>

	<p>Directora de la radio institucional: Lic. <i>Rocío Micher</i></p>
	<p>Decano de Humanidades: Dr. <i>Jorge Caballero</i></p>
	<p>Director de Redes: Ing. <i>José Carlos Rojas Muñoz</i></p>
<p>Alumnos:</p>	
<p>Foto no disponible</p>	<p><i>Abraham Jacobo Díaz Chávez 7º semestre de Comunicación y Periodismo</i></p>
	<p><i>Roberto Ríos 5º semestre de Comunicación y Periodismo</i></p>
	<p><i>Arlina Garza 5º semestre de Comunicación y Periodismo.</i></p>

	<p>Dafne Cepeda, Carla Lobato, Claudia Ortega 7º y 5º Comunicación y Periodismo semestres</p>
---	---

Universidad Iberoamericana Campus Laguna

	<p>Encargado del área de Comunicación Educativa: <i>Lic. Víctor Elizalde</i> Encargado de el área de audio y responsable de la estación de radio IBERO: <i>Lic. Oscar Martínez Reyes</i></p>
<p>Alumnos:</p>	
	<p>Claudia Patricia Delgado de la Garza de 8º semestre de comunicación</p>
	<p>Jorge Alejandro Gutiérrez Vázquez de 9º semestre de comunicación</p>
	<p>Gabriela de Anda 5º semestre de comunicación.</p>

La Universidad Autónoma del Noreste.

	Director: CP. <i>Florentino Zapata Chávez</i>
---	--

	Subdirector del área de licenciaturas de las carreras técnicas y encargado de la carrera de comunicación: Ing. <i>Héctor Alfonso Ayala Gámez</i>
---	---

	Coordinador de la Cabina de radio y eventos internos de la UANE: Lic. <i>Ulises Omar Benítez Martínez</i>
--	--

Alumnos:

	<i>Israel de la Fuente Salcedo "Aldebaran" 5º semestre de Lic. Diseño Grafico</i>
---	---

	<i>Liliana Favela Aldana 5º semestre de Lic. en Diseño Grafico</i>
---	--

	<p><i>Martha y Beatriz</i> 3º semestre de la Lic. en comunicación y 3º de Lic. en Educación.</p>
---	--

Universidad Lasalle de la Laguna

	<p>Coordinadora de la carrera de Comunicación: Lic. <i>Ivonne Escalera Leyva</i></p>
	<p>Maestra de Tiempo completo: Lic. <i>Siria Moreno Montaña</i>.</p>
<p>Alumnos:</p>	
<p>Sin foto Disponible</p>	<p><i>Sofía, Maricarmen, Laura. de Psicología 3er semestre</i></p>