

Juchitán: Radiodifusión y Democracia

48 POR: LEONARDO LOPEZ LUJAN

La radio es uno de los medios masivos de comunicación que más directamente influye en la sociedad. Las ondas radiofónicas viajan sin obstáculos a través del mundo, difundiendo ideas. En nuestra época, la radiodifusión es la forma de comunicación de masas más flexible, barata y de mayor acceso al público. Para lograr una radioemisión no se requieren grandes despliegues técnicos y el oyente sólo necesita un aparato receptor que en la mayoría de los casos tiene un costo reducido. A diferencia de la generalización televisiva, la radio llega a públicos homogéneos y especializados. Su comunicación es, pues, directa y personal más que colectiva. La flexibilidad de la radio reside, según Marshall McLuhan, en la posibilidad de ser un *mass media* muy caliente o muy frío; es decir, caliente, porque requiere poca participación por parte del sujeto, el cual amplía únicamente un sentido, y porque se crea un alto grado de determinación; o frío, porque fomenta una gran atención, permitiendo al oyente reflexionar y completar o imaginar el mensaje. Se puede decir que el individuo es capaz según su elección, de oír o escuchar el mensaje.

La radio juega un papel de primera

importancia dentro de la revolución cultural del siglo XX: persuade, educa e informa a las masas, deteriorando o enriqueciendo educación e información, y acelerando los procesos. En las sociedades capitalistas se encuentra en manos de los monopolios privados y estatales, quienes la utilizan como medio de estandarización cultural que difunde nuevos valores y modos de expresión ajenos a las tradiciones y hábitos populares regionales. Tiene en estas sociedades un mayor efecto perturbador que constructivo. Siguiendo las ideas de Julián Hale, la radio debe, para cumplir cabalmente su cometido social, "ofrecer lo mejor de la cultura y de las ideas del transmisor; presentar objetivamente noticias y explicar opiniones de grupo".

En sus orígenes la radiodifusión tuvo un desarrollo paralelo a la telegrafía inalámbrica. La rápida expansión y desarrollo técnico de este nuevo invento colectivo permitió que en 1915 por primera vez se enlazaran, con fines experimentales, las estaciones de Arlington, Estados Unidos y la Torre Eiffel. A partir de 1919 surgieron, de las filiales de la Marconi's Wireless Telegraph, los grandes *trusts* de la radio. Así fueron creadas la Radio Corporation of America (RCA), la Telefunken y la British Broadcasting Corporation

La década de los veinte se caracterizó por el *boom* de la reciente industria radiofónica. Bajo el dominio de las cadenas de radioemisoras norteamericanas e inglesas (NBC, CBS, BBC, etc.) dieron comienzo las primeras transmisiones educativas, humorísticas y deportivas de la historia. Campañas políticas como las de Franklin Delano Roosevelt y Plutarco Elías Calles invadieron los canales comerciales de sus respectivos países. Sin embargo el principal empleo de este medio masivo fue, desde entonces, comercial. Se descubrió un eficiente instrumento de mercado que prodigiosamente incrementaba las ventas de los anunciantes.

En México las primeras estaciones comerciales se fundaron con capitales extranjeros. Por ejemplo, en la XEW participaba la National Broadcasting Corporation (NBC) con un 75% de las acciones. Pronto, y con la ayuda de familias porfirianas como la de los Milmo y la de los Azcárraga, las cadenas norteamericanas tuvieron una completa injerencia en el monopolio de la radiodifusión de nuestro país. La XEQ y sus 15 estaciones filiales dependían de la famosa cadena CBS, y la XEW y 16 de sus emisoras en la provincia mexicana, como arriba dije, formaban parte de la NBC. En la misma época se dio la otra opción monopólica:

la estatal. En 1929 se creaba la XEFO, órgano de difusión del entonces Partido Nacional Revolucionario.

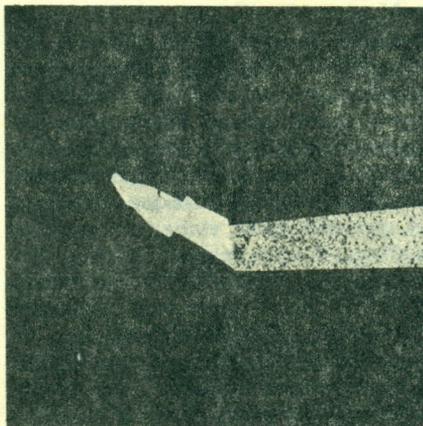
Durante la siguiente década, la de los treinta, la radio tiende a profesionalizarse. Mejores emisiones con un gran respaldo económico y técnico proliferan en los países desarrollados. Entonces se revelan los sorprendentes efectos ideológicos producidos en las masas por la radio. Estadistas como Hitler, Stalin, Roosevelt y el mismo Churchill recurrieron frecuentemente a los discursos orientados hacia el encuadramiento político de sus propios conciudadanos y a la propaganda radiofónica de sus regímenes en el extranjero.

En la Segunda Guerra Mundial este medio fue importante arma psicológica que destrozaba la moral de los pueblos enemigos. La llamada "guerra de las ondas" llevó consigo confusión dentro de los bandos antagónicos y multiplicó el número de estaciones que impedían la correcta recepción de mensajes cifrados. La "guerra de las ondas" continúa hasta nuestros días entre los países de los bloques capitalista y socialista, por medio de las radios internacionales que difunden, en diversos idiomas, las posturas del país transmisor. Pese a estos grandes esfuerzos propagandísticos y a los de los productores de interferencias, ha sido probado que las radios internacionales carecen de una audiencia significativa, lo que hace a esta lucha infructuosa.

Actualmente la radio sufre en los países desarrollados una crisis debido a los fuertes embates de la televisión. En cambio, en el Tercer Mundo, donde viven las tres cuartas partes de los habitantes de la Tierra, la difusión radiofónica es el medio de comunicación ideal para los pueblos que por su alto índice de analfabetismo tienen una rica tradición oral. En aquellos lugares donde la televisión es un lujo y donde la comunicación remota es problemática, la radio es factor esencial

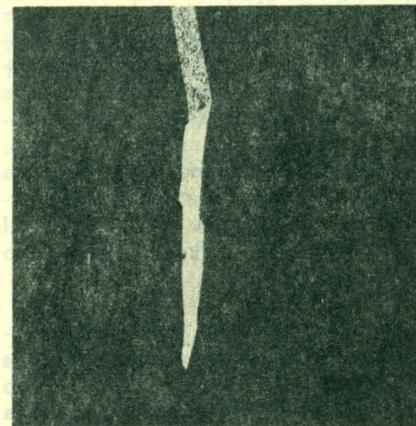
de información, cultura y entretenimiento. La calidad portátil de los receptores hace factible que los obreros, los campesinos y las amas de casa lo utilicen durante sus desplazamientos y faenas cotidianas.

Dos son los caminos que siguen las emisiones en las naciones sudamericanas. Por un lado refuerzan la acción gubernamental moldeando la opinión por medio de un mensaje obvio y explícito en algunos casos, latente y subliminal en otros, de la ideología dominante. El Estado y las estaciones comerciales, ante su impotencia productiva, recurren a emisiones proporcionadas por los países desarrollados, fomentando en la población una mayor credibilidad de las fuentes y de los valores extranjeros. Así los programas son instrumento de aculturación que no se adaptan a las necesidades propias del Tercer Mundo y que, en cambio, promueven la dominación ideológica neocolonialista, y transforman a los pueblos pobres en destinatarios del imperialismo económico. En el reverso de la moneda, la radio forma opinión política y provoca el cambio, es revolucionaria. Tiene función de revalorizar la cultura tradicional y, por ende, promueve las guerras de liberación.



Desgraciadamente la mayor parte de las radios latinoamericanas siguen la primera opción expuesta e imitan el modelo norteamericano de comercialismo. El material radiofónico importado de la Unión Americana produce en el latinoamericano un sentimiento ambivalente en el que al mismo tiempo admira y rechaza un modo de vida diferente el suyo. En países como Brasil y México, en los que respectivamente el 92% y el 94.7% de las emisoras son comerciales y donde la radiodifusión cubre el 90% de la población, el efecto ambivalente es sumamente negativo a las masas.

En los setentas aparecen dos nuevas tendencias de comunicación masiva: la internacionalización de las ondas, que promueve la cultura occidental; y la localización, que busca la pequeña difusión de las culturas regionales y el servicio social. De esta manera nace una nueva alternativa conocida como radio independiente. Su aceptación en los países pobres se debe a que refleja en los mensajes, emitidos en lenguas autóctonas, las tradiciones y la psicología de la audiencia, y combate las imposiciones culturales extranjeras y centralizadoras. Además estimula en el ciudadano una mayor responsabilidad y deseo de información en

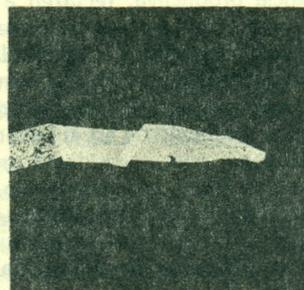


los asuntos locales, promoviendo una vida cultural y política vigorosa.

En México es potestad del Estado la rectoría sobre los medios de comunicación masiva. El artículo 27 constitucional establece que el espacio situado sobre el territorio es parte del mismo, y que corresponde a la nación el dominio directo de dicho espacio. Con base en esta prerrogativa, el gobierno forma una alianza con los promotores de la radio comercial, fungiendo como un fácil proveedor de concesiones a cambio de las cuales los agraciados se obligan tácitamente a manejar la opinión pública a favor del concedente.

La Ley Federal de Radio y Televisión en su artículo 5, apartado III, señala que estos medios deben "contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo o a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana". Basta recorrer el cuadrante radiofónico para percatarse que esto sucede únicamente en teoría. En efecto, es holgada la posición estatal en la supervisión de las estaciones comerciales. En contraposición, el Estado guarda una estricta y a veces obtusa observancia de las leyes en lo que se refiere a la creación de nuevas emisoras independientes de los grandes monopolios. El artículo 13 de la ley en materia facultada a la SCT el otorgamiento de concesiones y permisos para establecer nuevos canales. Las estaciones comerciales necesitan 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".

La legislación, en otras palabras, facilita el surgimiento de nuevos conductos no comerciales. Pero un rápido vistazo por las estadísticas oficiales nos enseña que sólo el 5.3% de las radioemisoras



persiguen fines culturales; y no es precisamente porque en este país la cultura no cuente o porque no existan las organizaciones económicamente aptas para llevar a cabo esta clase de proyectos. Un ejemplo puede ilustrar lo anterior. Roberto Martínez Vara obtuvo en 1982, en sólo 3 meses, la concesión de una radio comercial en Cancún. La antítesis viene a ser la Universidad de Puebla, que pugna por su propia estación cultural y educativa desde hace más de 18 años. Casos similares son los de las universidades de Zacatecas y Sinaloa a los que se les niega el registro por evidentes motivos políticos. A pesar de estas negativas, emisoras como Radio Universidad Pueblo (XEUAG) de la Universidad Autónoma de Guerrero, y Radio Ayuntamiento Popular (XEAP) de Juchitán han lanzado sus transmisiones al aire. Como era de esperarse, aparecieron rápidamente las respuestas represivas gubernamentales.

Las ondas de la XEAP y de la XEUAG, únicas alternativas en sus respectivas ciudades, han sido interferidas por la SCT desde el inicio de sus operaciones. Las radiodifusoras han cambiado continuamente su frecuencia a través de la amplitud modulada, con el fin de que sus emisiones no sean víctimas de zumbidos oscilantes o de efectos que retardan la velocidad de la transmisión.

Estos métodos interferentes mucho recuerdan los utilizados por el franquismo contra Radio España Independiente, por el gaullismo contra Radio Argelia Libre y más reciente por el gobierno de Pinochet. El propio Stalin, uno de los mayores promotores de esta clase de represión, se convenció de su ineficacia debido a la imperfección técnica del ruido intruso y a que su emisión representaba un costo cinco veces mayor que el de una transmisión normal.

Los juchitecos, alentados a la escucha por la censura, evadieron la interferencia con el simple girar la posición de los receptores. El expresidente municipal de Juchitán, Leopoldo de Gyves, en entrevista para *Medio Siglo*, comentó que XEAP fue creada "por la necesidad de rescatar y difundir una serie de valores culturales, locales y nacionales, que se disuelven a consecuencia de que los medios comerciales fomentan valores ajenos y agresivos; y sobre todo para dotar al movimiento juchiteco de un instrumento político para difundir su lucha".

En toda la zona de Tehuantepec existen cuatro radiodifusoras de carácter comercial (una de ellas en Juchitán) que conforman el monopolio conocido como Emisoras de Unidad del Istmo. Dichas estaciones pertenecen al empresario López Lena, fuertemente ligado al grupo de radio ACIR. Cabe agregar que de las 20 estaciones operantes en el Estado de Oaxaca, una es cultural. Así pues, no existe ningún impedimento técnico ni legal para que XEAP funcione.

De acuerdo a de Gyves, en no-

viembre de 1982 se iniciaron las gestiones ante la SCT. Ésta respondió con un oficio en el que se canalizaba la petición ante el gobernador de Oaxaca, Pedro Vázquez Colmenares, capacitado por esa secretaría a determinar sobre el funcionamiento de la estación. Los juchitecos prosiguieron los trámites con el gobernador, quien, semanas después, les informó que para Juchitán y para toda la entidad se destinaría la creación de Radio Integridad, red de emisoras culturales manejadas por el gobierno estatal; pero que en ese momento no contaba con los equipos necesarios. A su vez de Gyves le comunicó a Vázquez Colmenares que el ayuntamiento a su cargo ya tenía en su poder un equipo transmisor. El gobernador pidió las especificaciones técnicas de los aparatos y, según consta en copias que posee de Gyves, éste se las hizo llegar a su poder al día siguiente de la solicitud.

No hubo respuesta sino hasta el 31 de diciembre a las 11 de la noche, cuando se presentó un enviado de la gubernatura, portador de un oficio personal contradictorio. En él se indicaba, al entonces presidente municipal, que el gobierno del Estado no podía autorizar el funcionamiento de la emisora por no ser de su competencia. Agregaba que en razón de que ya existían cuatro radiodifusoras en el Istmo, no estaban seguros que la SCT autorizara una nueva frecuencia.

A pesar del oficio, XEAP inició con el año nuevo sus emisiones de prueba. El 16 de enero, ante una manifestación multitudinaria en la que cada zapoteco portaba su receptor, se declaró inaugurada XEAP. Desde entonces el edificio de microondas, dependiente de la SCT, interfirió las transmisiones. De nuevo el gobierno de Juchitán buscó vanamente entablar pláticas con el secretario o el subsecretario de la SCT. El 13 de febrero se inició en Juchitán una movilización popular que tuvo como meta llegar a la ciudad

de Oaxaca. Entre otras muchas demandas se planteaba el cese de las interferencias a Radio Ayuntamiento Popular. El 21 de este mismo mes, en el Tule, a 13 km de Oaxaca, el gobernador negoció la conclusión de la marcha en el entendimiento de que resolvería las demandas económicas. Cuando se trató el punto de XEAP, Vázquez Colmenares dijo que la solución era el desmantelamiento del equipo en presencia de técnicos de la SCT. Sólo entonces se comprometía a reiniciar las gestiones, ahora ante Gobernación. De Gyves se negó y optó por otros caminos como plantones y una huelga de hambre que llevaron a cabo conjuntamente miembros de la XEUAG y la XEAP.

De Gyves subrayó al ser entrevistado, todavía en funciones, que hasta la fecha no existía solución debido al carácter disidente y opositor de su gobierno a la política oficial. Sostuvo que “evidentemente no se ha dado registro a XEAP porque es un instrumento popular que cuestiona al sistema, a la política oficial y al régimen”. Y continuó: “Nuestro ayuntamiento tiene el mismo valor que el de cualquier otro municipio del país. Somos representantes de 100,000 personas y lo menos que pudo haber ocurrido era que se nos hubiese dado audiencia ante alguna persona con capacidad de decisión que nos ofreciera soluciones concretas, en un plazo determinado”.

XEAP coadyuvó al fortalecimiento municipal. Desde sus instalaciones, ubicadas en el segundo piso del inconcluso Palacio Municipal, con un equipo y una antena casera de influencia no mayor a 19 km, un grupo de 20 personas, asesorado por la Regiduría de Educación, pudo transmitir diariamente la cultura del Istmo.

Macario Matus, director de la Casa de la Cultura de Juchitán nos dijo que la XEAP “difunde entre la población su propia cultura, su propio arte, para que primero se pueda apreciar lo propio y

luego la otra cultura”.

La “Radio Hits” de López Lena, que difunde música en inglés y que cobra altas sumas por cada inclusión cultural o de interés social, ha atacado duramente a la XEAP con la queja de que ésta “radio clandestina” le esta robando el auditorio.

Radio Ayuntamiento Popular de Juchitán abarcó una amplia cobertura en su comunicación directa en zapoteco y español, desempeñó la función de servicio a la comunidad con mensajes de particulares y difundió a públicos de todas las edades la cultura, las noticias, los problemas y las luchas locales, nacionales y del mundo.

Matus puntualiza que “un pueblo ignorante de sus problemas está negado a la rebeldía y a la protesta. Por medio de las radios populares entenderemos y conoceremos a los causantes de nuestros problemas cotidianos”. De Gyves concluye: “A pesar de nuestras deficiencias, Radio Ayuntamiento Popular constituye un ejemplo”.

En efecto, un ejemplo que fue una esperanza de opción durante este régimen. Los ataques a Radio Ayuntamiento Popular no fueron sino parte de una política del partido en el poder para acallar toda expresión popular disidente en Juchitán. El ayuntamiento popular ya ha sido desconocido. Hoy, se oye “Radio Hits”.

2

MANIFIESTO SIGLO

ORGANO DE EXPRESION JUVENIL



3^a EPOCA
Publicación Bimestral
Agosto-Septiembre

Indice

— Introducción	2
— Editorial	3
— Imprinta	4
— Comercio Exterior	5
Por: Regino Díaz González	
— Inversión Extranjera en México	10
Por: Alberto Begne Guerra	
— El Fortalecimiento y restructuración del municipio en México	16
Por: José de Jesús Roman	
— Tres momentos en la historia	20
Simón Bolívar	
Por: Miguel González Avelar	
Salvador Allende - Discurso en México	21
El conflicto centroamericano	35
Por: Carlos Brokmann	
— El lejano mayo Francés	41
Por: Pablo Piccato	
— La juventud ante la crisis	44
Por: Miguel González Compeán	
— ¿Y las metas de la planeación?	46
Por: Federico Millán del Portillo	
— Juchitán: Radiodifusión y Democracia	48
Por: Leonardo López Luján	
— Convenio UNAM-Televisa	52
Por: Renato González Mello	
— Canal 8 o las Trampas de la cultura	53
Por: Daniela Michel y Pablo Piccato	
— Maquiavelo	57
Por: Manuel Begne Guerra	
— A propósito de Orozco	59
Por: Leopoldo Moranchel Pocaterra	
— Poesía joven	61
Juan Tonda	
Miguel González Compeán	
— Cuento	64
Por: Carlos Marcovich	
— El portafolios de los intocables	67
Por: Juan Lezodia	

Introducción

Con este segundo número damos el paso que muchas revistas no pueden salvar. Llegamos enriquecidos (y medio madreos) por las críticas al primero: desde la abundancia de errores tipográficos, con todo y fe de erratas, hasta la dispareja calidad de los artículos. No obstante estos hechos, el número de colaboradores aumentó. Con ello mantenemos el impulso de nuestra primera intención de abarcar la mayor diversidad de sectores juveniles. De entre la variedad de puntos de vista podemos entresacar una temática concreta: la crisis del sistema y el papel de nuestra generación ante ella. Vamos dejando de ser testigos desinteresados y pasamos a participar, en este caso ejerciendo la crítica.

Centroamérica, Juchitán y las radios independientes, los movimientos estudiantiles, la cultura televisada, son sujetos de la represión y manipulación a la que los grupos en el poder recurren con mayor énfasis en los momentos de crisis, siendo ésta en sí misma una forma de limitación en general.

La crisis es ese ambiente en el que nos situamos: lleno de amenazas que no podemos soslayar, y de nuevas necesidades a las que esta revista trata de responder con la participación crítica, como oposición a la apatía y al radicalismo dogmático.

El capital internacional, limitante de la soberanía nacional y de los espacios políticos internos, es un tema en el que la opinión deja de ser mera crítica para llegar a ser proposición.

Siguiendo firmemente inspirados por la idea de mantener un canal de expresión, introducimos a jóvenes creadores en los campos de la literatura y la plástica. Esperamos que la participación aumente. Un crecimiento cuantitativo sig-

nificará un mejoramiento cualitativo de este canal. Esto también significaría un triunfo en la lucha por superar ciertos prejuicios que tienden a quitarle validez a nuestro esfuerzo, ligándonos a sectores ideológicamente muy definidos.

Consejo Editorial



DIRECCION GENERAL
Alberto Begne Guerra.
Regino Díaz González.
Miguel González Compeán.

CONSEJO EDITORIAL

Leonardo López Luján.
Federico Millán del Portillo.
Leopoldo Moranchel Pocatena.
Pablo Piccato.
José de Jesús Roman.
Renato González Mello.
Carlos Brokmann.

Colaboradores:

Jaime Casillas.
Manuel Begne Guerra.
Carlos Marcovich.
Miguel González Avelar.
Fernando y José Alberto Areán.
Juan Tonda.
Daniela Michel.
Pablo Escalante.
Edgar Ladrón de Guevara.
Gabriel Orozco.

Discurso de Allende en la Universidad de Guadalajara, así como la introducción de Pablo González Casanova, tomados del disco *voz y testimonio* editados por la Dirección de Actividades Culturales de la UNAM.

Diseño y Producción:
César de la Reguera.
Federico González Compeán.
Gabriela Falco.
Rosa Ma. Brown.
Lillian Haugen

Editado en:
Imprenta Ajusco
Manuel M. Flores 223
Col. Tránsito 06820

Fotografía:
Gabriel Figueroa Flores

Viñetas y Pintura:
Juan (Iván) González de León.