



RADIO CIUDADANA

Estudio y testimonio de un modelo ciudadano
de comunicación radiofónica

Vicente Castellanos Cerda
Adriana Solórzano Fuentes
(Coordinadores)



RADIO CIUDADANA

Estudio y testimonio de un modelo ciudadano
de comunicación radiofónica

Coordinado por
Vicente Castellanos Cerda
Adriana Solórzano Fuentes





Casa abierta al tiempo
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

Dr. Salvador Vega y León

Rector General

M. en C.Q. Norberto Manjarrez Álvarez

Secretario General

UNIDAD CUAJIMALPA

Dr. Eduardo Abel Peñalosa Castro

Rector

Dra. Caridad García Hernández

Secretaria de Unidad

Dra. Esperanza García López

*Directora de la División de Ciencias
de la Comunicación y Diseño*

Dr. Raúl Roydeen García Aguilar

*Secretario Académico de la División de Ciencias
de la Comunicación y Diseño*

Comité Editorial

Mtra. A. Gabriela Ramírez de la Rosa

Dr. Ramón Alberto Esqueda Atayde

Mtra. Brenda García Parra

Dr. Jacob Israel Bañuelos Capistrán

Dr. André Moise Dorcé Ramos

RADIO CIUDADANA

**Estudio y testimonio de un modelo ciudadano
de comunicación radiofónica**

Coordinado por
Vicente Castellanos Cerda
Adriana Solórzano Fuentes



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

Clasificación Dewey: 384.5453 R33

Clasificación LC: TK6558.M63 R33

Radio ciudadana : estudio y testimonio de un modelo ciudadano de comunicación radiofónica / coordinado por Vicente Castellanos Cerda, Adriana Solórzano Fuentes ; cuidado de la edición Axel García Ancira Astudillo. -- México : UAM, Unidad Cuajimalpa, División de Ciencias de la Comunicación y Diseño, c2016.

226 p. : gráficas, tablas ; 15 x 21.5 cm

ISBN: 978-607-28-0998-7

1. Radio Ciudadana – Historia – México. 2. Radio en la política – México – Estudio de casos. 3. Estaciones de radio – Historia – México.

I. Castellanos Cerda, Vicente, coord. II. Solórzano Fuentes, Adriana, coord. III. García Ancira Astudillo, Axel, colab.

Radio Ciudadana: estudio y testimonio de un modelo ciudadano de comunicación radiofónica

Coordinado por Vicente Castellanos Cerda (UAM-C) y
Adriana Solórzano Fuentes (UNAM)

Primera edición, 2017.

D.R. © Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Cuajimalpa
División de Ciencias de la Comunicación y Diseño
Avenida Vasco de Quiroga #4871,
Colonia Santa Fe Cuajimalpa,
Delegación Cuajimalpa, C.P: 05300
Ciudad de México

Diseño editorial
Mtro. Rodrigo Alvarez de Mattos

Cuidado de la edición
Mtro. Axel García Ancira Astudillo

Diseño de portada
Lic. Iván Hernández Martínez

Prohibida la reproducción parcial o total de este libro por cualquier medio sin la autorización por escrito de la Universidad Autónoma Metropolitana, el editor o el autor.

ISBN: 978-607-28-0998-7

Derechos reservados © 2016
Impreso en México

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	7
---------------------	----------

PRIMERA PARTE ESTUDIO DE LA RADIO CIUDADANA

LA RADIO CIUDADANA.	17
----------------------------	-----------

ANTECEDENTES Y PROBLEMÁTICAS

Vicente CASTELLANOS CERDA

EL CONSEJO DE PROGRAMACIÓN.	33
------------------------------------	-----------

PARTICIPACIÓN CIUDADANA

MÁS ALLÁ DE LOS MICRÓFONOS

Adriana SOLÓRZANO FUENTES

LA RADIO CIUDADANA.	45
----------------------------	-----------

MÁS DE UNA DÉCADA DE EXISTENCIA

Javier ESTEINOU MADRID

LA SOCIEDAD CIVIL Y LA RADIO CIUDADANA	85
---	-----------

Alma Rosa ALVA DE LA SELVA

MEDIOS DE COMUNICACIÓN, CIUDADANÍA Y PARTICIPACIÓN.	99
--	-----------

ALGUNOS ACERCAMIENTOS TEÓRICOS Y CONCEPTUALES

PARA PENSAR LA RADIO CIUDADANA

Marta RIZO GARCÍA

SEGUNDA PARTE
TESTIMONIOS DE LA RADIO CIUDADANA

ENTRE LO PROBABLE Y LO POSIBLE.	119
REVISIÓN DE RADIO CIUDADANA DESDE SUS AUDIENCIAS Alejandro JOSEPH ESTEINOU	
RADIO CIUDADANA DEL PAPEL AL SONIDO.	139
EXPERIENCIAS DE PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA Isaac PALACIOS GUERRA	
RADIO CIUDADANA EN LA ERA DIGITAL Y CONVERGENTE	153
Sandra VÁZQUEZ SALAZAR	
ZÓCALO EN RADIO	173
Carlos PADILLA RÍOS	
ZONA JOVEN. POR LOS DERECHOS DE LAS JUVENTUDES	183
Luisa VELÁZQUEZ HERRERA	
“CONCIENCIA DEL PRESENTE” Y “ZONA DE EXPRESIÓN”.	195
DOS EXPERIENCIAS RADIOFÓNICAS HECHAS POR CIUDADANOS Manuel LOAFZA NÚÑEZ y Fabián FLORES VÁZQUEZ	
VIVENCIAS EN LA RADIO CIUDADANA	213
Luis CARRASCO GARCÍA	

INTRODUCCIÓN

El 1 de abril de 2003, en el 1350 de amplitud modulada, inició transmisiones una emisora peculiar, única en su género: La Radio de los Ciudadanos. Con apenas 5 mil watts de potencia y en la frecuencia que durante años fue utilizada para dar la “hora exacta” se inauguró un capítulo en la historia de la participación ciudadana en los medios de comunicación mexicanos; un capítulo que había comenzado en agosto de 2002, cuando la XEQK, por un día, dejó la relatoría de las manecillas para transmitir el Festival de Medios Comunitarios y Ciudadanos organizado por la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, AMARC.

Dos años antes, se había abierto la esperanza, tanto en la comunidad académica como en la sociedad civil organizada, de que se diera un cambio importante en la política de comunicación del país. El milenio había iniciado para México con la transición política en la Presidencia de la República, cuyo cargo sería ejercido por la oposición después de más de setenta años de predominio del Partido Revolucionario Institucional. Esta ventana de oportunidad podía significar el que por fin se promulgara una nueva Ley de medios, pues el país se regía por la Ley Federal de Radio y Televisión que databa de 1960. Era urgente poner límites a la propiedad, ya que la concentración era muy alta y las concesiones de

radio y televisión se encontraban en unas cuantas manos. Para coronar este sistema de medios monopolizado –sin posibilidad de participación ciudadana– a las radios comunitarias se les estigmatizaba como ilegales.

Las esperanzas de la sociedad civil y la academia tenían fundamento. Durante 1999 más de 600 organizaciones no gubernamentales se integraron en un movimiento llamado Poder Ciudadano cuyo objetivo fue la construcción de una Agenda Nacional de la Sociedad Civil. Cinco de los seis candidatos a la Presidencia la firmaron. Uno de los puntos comprometía al próximo gobierno a respetar irrestrictamente la libertad de expresión.

Una vez en el poder, el nuevo Gobierno convocó a la sociedad civil y a otros actores implicados –como la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión, a través de la Secretaría de Gobernación– a participar en mesas de diálogo para generar una iniciativa que reformara integralmente la legislación que imperaba en el país, en materia medios electrónicos. De esas mesas surgió una propuesta de reforma, la cual fue respaldada por las fracciones parlamentarias del Partido Acción Nacional y del Partido de la Revolución Democrática, y presentada oficialmente ante el Senado en diciembre de 2002.

Pero ese mismo 2002 trajo también señales de que el nuevo Gobierno no promovería los cambios necesarios. El 10 de octubre se publicó en el Diario Oficial de la Federación un decreto que reducía el tiempo aire que los concesionarios de radio y televisión debían poner a disposición del Gobierno como parte de sus obligaciones fiscales. Por otra parte, la Cámara de Diputados se negó a dictaminar la propuesta de reforma, argumentando que había que dar salida antes a más de una decena de iniciativas previas para modificar la Ley Federal de Radio y Televisión.

Si bien el surgimiento de Radio Ciudadana fue leído por algunos en ese 2002 con desazón, como un paliativo o una forma de aminorar el enojo de la sociedad civil; lo cierto es que en un México donde la ciudadanía se veía escasamente representada en la pobre

oferta programática de la mayoría de los medios de comunicación y donde el acceso a los medios de las OSC, como emisoras o coordinadoras de contenidos, estaba prácticamente vedado; Radio Ciudadana surgió como una posibilidad real para muchos de tener voz en el cuadrante metropolitano de la ciudad de México.

Hoy La Radio de los Ciudadanos se llama Radio Ciudadana; ya no se ubica más en la 1350 de AM, transmite desde 2005 a través del 660 de AM con diez veces mayor potencia: 50 mil watts; llega a México y el mundo a través de internet desde 2007, y a partir de 2012 puede escucharse en formato digital por el canal HD2 del 107.9 FM. Contra el pronóstico de muchos, se ha mantenido durante más de una década. Años de experiencias que este libro, que el lector tiene en sus manos, pretende recoger y analizar.

Desde la década de los 80, el informe MacBride ya había alertado sobre los riesgos para la libertad de expresión que representaba la concentración de la propiedad de los medios de comunicación, y abrió la discusión sobre la importancia de que la sociedad tuviera acceso a estos. Por su parte, nuestra Constitución, desde 1977, obliga al Estado a garantizar el derecho a la información, el cual incluye la protección a la difusión de las opiniones e ideas. En un mundo como el nuestro, donde los medios de comunicación forman parte, de manera sustantiva, del espacio público, no se puede hablar de libertad de expresión sin el acceso a los medios.

Además, en este 2015, a la luz de un nuevo marco regulatorio y del reconocimiento de los derechos de las audiencias, Radio Ciudadana es un modelo que bien podría ser replicable en diversas frecuencias operadas por el Gobierno. La pluralidad hoy en día no sólo es un valor o un principio, es un derecho. Es difícil imaginar el cumplimiento cabal de la obligación que tienen los medios de comunicación de reflejar el pluralismo ideológico, político, social, cultural y lingüístico de la nación, sin el acceso de la ciudadanía a los medios.

Radio Ciudadana es un híbrido, que sin ser una radio comunitaria ni ser operada directamente por la sociedad, ofrece a la

ciudadanía la posibilidad de participación con el respaldo institucional del Gobierno.

Un consejo de programación ciudadano es un tercer factor que termina de delinear a una emisora única en su género, sin antecedente nacional.

El libro que el lector tiene en sus manos se compone de dos tipos de textos: los totalmente académicos, cuyo objetivo es analizar el impacto de la emisora en la sociedad mexicana; y los segundos, que tratan, a partir de la experiencia de los involucrados, sobre el devenir de esta radio: el trabajo para el Instituto Mexicano de la Radio a favor del fortalecimiento de la participación ciudadana, gracias al ejercicio de la comunicación radiofónica, así como de testimonios hechos por ciudadanos que han participado en la emisora con programas de muy diversos formatos y temáticas.

En el primer grupo se ubican cinco artículos, todos escritos por académicos de distintas instituciones universitarias; además, cada uno de ellos tuvo la oportunidad de colaborar de manera cercana con la emisora: el doctor Javier Esteinou Madrid, como integrante del consejo fundador en su calidad de representante del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC); la doctora Marta Rizo como consejera de 2009 a 2013; la maestra Sandra Vázquez, locutora de la estación, así como los coordinadores de este libro, el doctor Vicente Castellanos quien fue consejero de 2009 a 2013 y responsable de la producción del programa que la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) tuvo al aire a través de Radio Ciudadana, y la maestra Adriana Solórzano quien fungió como gerente de la emisora de 2011 a 2013.

Javier Esteinou nos presenta algunas de las escasas experiencias de participación ciudadana en los medios de comunicación que se han registrado en el país y analiza las condiciones necesarias para que la ciudadanía pueda ejercer su derecho a comunicar. Marta Rizo nos propone una lectura de la emisora a partir del

binomio Medios-Participación ciudadana, y nos ofrece elementos para debatir el alcance de modelos como el que nos ocupa, cuya principal característica es la participación del público como generador de contenidos. Por su parte, Alma Rosa Alva de Selva detalla la participación de la sociedad civil en la construcción de espacios democráticos y plurales en los medios de comunicación en México, particularizando en el caso de La Radio Ciudadana.

Vicente Castellanos expone el origen y actualidad, como proyecto comunicativo, de esta emisora, y Adriana Solórzano, por su parte, reseña el surgimiento y evolución del consejo de programación de Radio Ciudadana.

En un segundo bloque presentamos los trabajos de Alejandro Joseph, quien como director de Investigación en el IMER nos da cuenta de los resultados de los análisis de audiencia, de los retos de una emisora multiprogramación; abunda en el desafío que significa rotar organizaciones y posicionar la estación al mismo tiempo, y nos ayuda a identificar las dificultades de una emisora hablada y musical para mostrarnos que una estación es mucho más que la suma de sus programas. Sandra Vázquez, por su parte, hace un recuento sobre el proceso de digitalización en el Instituto Mexicano de la Radio y particularmente en Radio Ciudadana.

Isaac Palacios da cuenta de los retos y avatares desde el área de producción de la propia emisora, a la que él llega a partir de un proyecto de radio infantil y en la que perdurará durante una década, pues, tras su participación como parte de un equipo ciudadano, se quedaría a laborar en el IMER.

Han sido ocho las convocatorias publicadas por el Instituto Mexicano de la Radio dirigidas a la población interesada en coordinar un programa en Radio Ciudadana. Se han presentado 1,089 proyectos, de los cuales 263 se han seleccionado, producido y transmitido.

Son muy diversas las experiencias de las que se puede dar cuenta, así como la amplitud de las temáticas: salud, equidad de género, derechos sexuales y reproductivos, derechos de los ani-

males, derechos de las poblaciones callejeras, derechos de las niñas y los niños, derechos de los adultos mayores, lenguas indígenas, sustentabilidad y medio ambiente, cultura de la discapacidad, difusión de la ciencia. Son tan diversas las temáticas que sería vano intentar mostrar un reflejo. Lo que el lector encontrará son testimonios de ciudadanía participante, con la idea de recoger distintas perspectivas.

En primer término, Luis Carrasco, presenta la experiencia de un ciudadano con formación en medios de comunicación e interés en difundir temas de apreciación cultural y alfabetización mediática. Carlos Padilla nos muestra la experiencia de una revista como *Zócalo*, focalizada en el análisis de los medios de comunicación con una visión alternativa, crítica especialmente de la alta concentración en la industria de la radio y la televisión. Su texto, desde la visión de quien forma parte de un sector que presiona por abrir espacios a la ciudadanía, deja ver las condiciones en las que los ciudadanos comenzaron a transmitir. En ambos casos hablamos de los inicios de Radio Ciudadana.

El texto de Fabián Flores y Manuel Loaiza es un texto bisagra en la medida que conecta el inicio de la emisora a partir del testimonio sobre el programa “Conciencia del Presente”, con una experiencia más reciente, “Zona de Expresión”. Ambos programas de radio revista, coordinados por un colectivo de ciudadanos no constituido formalmente como una Organización de la Sociedad Civil, sin conocimientos previos sobre medios de comunicación, nos muestran un perfil de ciudadanos con necesidades y deseos de participación que asumen el compromiso de coordinar un espacio para tratar múltiples temas de interés público.

Finalmente, cerramos con el texto de la activista Luisa Velázquez Herrera sobre el programa Zona Joven, el cual es muestra de la participación de una Organización de la Sociedad Civil integrada por jóvenes recién egresados de la licenciatura y con ánimo de trascender los programas típicamente juveniles y presentar una propuesta centrada en la difusión de sus derechos.

Brecht decía que al oyente no sólo hay que escucharlo, hay que hacerlo hablar. Sin duda Radio Ciudadana se trata de eso: de dar voz. Construir ciudadanía implica el empoderamiento de ésta. El acceso de la sociedad civil a los medios es un derecho, no sólo de quienes toman el micrófono, sino de toda la audiencia, esa audiencia que reclama diferentes perspectivas y, sobre todo, verse reflejada en los contenidos.

PRIMERA PARTE
ESTUDIO DE LA RADIO CIUDADANA

LA RADIO CIUDADANA. ANTECEDENTES Y PROBLEMÁTICAS¹

Vicente CASTELLANOS CERDA*

INTRODUCCIÓN

En el mes de abril del 2003 la Radio Ciudadana, cuya frecuencia se ubica en el 660 de Amplitud modulada del cuadrante metropolitano de la Ciudad de México, abrió un espacio en el que participaron grupos ciudadanos con intereses muy diferentes, produciendo comunicación sobre temas que afectan al México de hoy. Con la colaboración de organizaciones civiles, académicas y ciudadanos, se ha promovido en esta emisora la difusión de agendas plurales en lo político, así como diversas en lo cultural.

La Radio Ciudadana, estación perteneciente al Instituto Mexicano de la Radio (IMER), es un ejemplo de los beneficios positivos que tiene, en la calidad de vida de la ciudadanía, la par-

* Profesor-investigador del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa.

¹ Algunas ideas de este artículo aparecieron publicadas en *La Revista Zócalo*: “Radio Ciudadana cumple diez años”, diciembre 2013, número 166.

ticipación directa y plural en procesos de comunicación democráticos, porque se abren y se mantienen canales con verdadero sentido de carácter público.

Por sus micrófonos han transitado cientos de asociaciones civiles, universidades públicas y privadas, así como grupos ciudadanos de jóvenes, ancianos, discapacitados y artistas, para dar cuenta de la diversidad cultural de México, de las problemáticas del hombre y su entorno natural, de la difusión y demanda del cumplimiento cabal de los derechos humanos. Además, hubo presencia de una serie de agendas que demandan grupos minoritarios o marginados de la Ciudad de México.

ANTECEDENTES

En el año 2003, el Gobierno Federal cedió una frecuencia del IMER, la conocida “cuca” por la sonoridad de las siglas XEQK, ubicada el 1350 de amplitud modulada, para que los ciudadanos y ciudadanas ejercieran directamente su derecho de comunicación produciendo y transmitiendo programas radiofónicos.

Con apenas cinco mil watts de potencia y sin cabinas para la transmisión en vivo, sesenta y cuatro asociaciones que resultaron ganadoras de la primera convocatoria inauguraron una forma novedosa de hacer radio en el cuadrante metropolitano de la Ciudad de México.²

El nacimiento de La Radio de los Ciudadanos, como en su primer momento se le nombró –erróneamente desde la perspectiva de género– tiene cinco elementos de carácter histórico y comunicativo en los que conviene profundizar.

El primero de ellos fue el intenso movimiento de activistas y productores de comunicación, preocupados por impulsar proyectos sociales sobre la base de la pluralidad y la participación

² IMER, *Primera Convocatoria de Proyectos Ciudadanos de Radio*, (Secretaría de Gobernación, IMER: 2003).

ciudadana, en clara defensa y ejercicio del derecho a la libertad de expresión.

Mientras que el modelo de comunicación estatal y comercial se ha desarrollado en México sobre la base de la ganancia ideológica y económica, las “otras” radios, las comunitarias, las indigenistas, las universitarias y todas aquellas que se han apropiado del espacio radioeléctrico como canal de comunicación, iban constituyendo un modelo alternativo en el cual el diálogo intercultural y el fomento a la diversidad de la expresión política eran los ejes para considerar a los ciudadanos en su complejidad social e individual.

Estos proyectos de comunicación radiofónica tenían realidades legales y sociales muy diferentes, pero todos coincidían en la necesidad de ejercer el derecho de comunicación tanto en la producción de mensajes inteligentes y plurales, como en una recepción de carácter analítico y crítico que permitiera conformar opiniones informadas de los asuntos de interés público.

El aprendizaje de estas iniciativas se iba enriqueciendo con la propia experiencia en la producción de mensajes responsables y con los aportes conceptuales de carácter académico que permitían comprender, más allá del marco contextual de cada emisora, las relaciones históricas entre individuos y Gobierno, el papel de la comunicación en el concierto internacional de la economía política y las resistencias de carácter cultural que comúnmente tensan la convivencia humana.

En este marco de colaboraciones explícitas y de compartir algunos principios de comunicación alternativa, el 11 de julio de 2002 se llevó a cabo en la Ciudad de México *El Festival de Radios Comunitarias* y fue cuando el Instituto Mexicano de la Radio, quien ya se había apropiado de un incipiente discurso que lo hacía autodefinirse como medio de servicio público, en contraposición franca a la idea de medio gubernamental, decide transmitir este encuentro por la frecuencia inicial de la Radio Ciudadana. Este momento inicial lo resume la entonces Directora General del IMER, Dolores Béistegui.

El IMER tenía y tiene 17 radiodifusoras en formatos muy diferentes y muy distintos. Yo entré al IMER en el 2002 cuando las AM se iban desdibujando. Había una AM en la frecuencia 710 (XEQK) cuya vocación era dar la hora exacta, cosa que no tenía ningún sentido y yo siempre pensé que debíamos ayudar a los ciudadanos y a las organizaciones ciudadanas.

Al mismo tiempo, en la Secretaría de Gobernación se estaba discutiendo la necesidad imperante de legalizar y reconocer las radios comunitarias [ya] que la mayoría transmitía ilegalmente. Para todo el país, había apenas once radios comunitarias debidamente registradas y con derecho legal a transmitir; el resto no contaba con el permiso.

Viendo esa necesidad, pensé que había una gran oportunidad en el IMER de crear un formato y crear una estación que permitiera recibir distintas propuestas ciudadanas de una manera ordenada, articulada y que permitiera que organizaciones de todo tipo se pudieran expresar.

Organizamos un Consejo de Programación con la idea de tener criterios para seleccionar proyectos y fue inmediata la respuesta. No todo el mundo que participó en un inicio tenía experiencia radiofónica, por lo que surgió la necesidad de capacitar y de tener un ritmo, una programación y una radio que fuera audible. Así fue como empezó.³

Este entusiasmo, con ciertas dosis de improvisación tanto por parte del IMER como de los grupos ciudadanos, fue el inicio de un recorrido de acompañamiento para echar a andar un proyecto de comunicación cuyo eje central ha sido la información y el análisis a partir de la ciudadanía.

El segundo elemento consiste en la toma de conciencia por parte de quienes tomaron diversas decisiones para crear esta radio, del momento histórico y político del país, justo en el periodo

³ Entrevista realizada a Dolores Béistegui por el autor en mayo de 2014.

de transición política del priismo al foxismo. Una etapa aún de expectativas hacía pensar a muchos en transformaciones importantes en México para dar lugar a una forma franca y democrática en la relación entre Gobierno, ciudadanos y medios. Esta toma de conciencia se evidenció no sólo en la decisión de transmitir el Festival de Radios Comunitarias del 2002 por parte del IMER, sino también en el respaldo que dio la Secretaría de Gobernación al impulsar las gestiones para que estas radios obtuvieran los permisos de transmisión.

La decisión, de la entonces directora del IMER, de abrir un espacio radiofónico a la ciudadanía, se entiende en el marco de ese sentimiento compartido de cambio y oportunidad.

Yo no vengo del ámbito de los medios de comunicación, mi trayectoria siempre ha estado en la gestión cultural, entonces fue un nombramiento que sorprendió a muchos y fue muy criticado. Santiago Creel, Secretario de Gobernación, quien me invitó a dirigir el IMER, contestó algo que a mí me pareció muy bien en el sentido de que ese instituto necesitaba de un ciudadano muy comprometido, alguien que justamente no tuviera nada que ver con los medios para no tener ningún tipo de antecedentes en una agenda extremadamente compleja, pues la agenda consistía en transformar un medio de Gobierno en un medio de Estado con vocación pública.

Yo he hecho trabajo ciudadano toda mi vida desde distintas trincheras y entonces, cuando me ofreció ésa, la acepté sin tener la más remota idea de la complejidad y las resistencias de los grupos de poder que existían atrás de los medios de la radiodifusión.⁴

La vocación pública, como la nombró Béistegui, a la par de la necesidad de contar con un marco conceptual y axiológico diferente a lo llamado “gubernamental”, requería de un plan de acción que obligó al propio IMER a modificar su estructura organizativa, y a

⁴ Dolores Béistegui, entrevista.

negociar ciertas relaciones de carácter legal con los trabajadores. El más importante de estos cambios para convertir una emisora del Instituto en la Radio Ciudadana, con auténtica vocación pública y, por tanto, plural, diversa y participativa, fue la creación de una figura impensable en los medios de gubernamentales controlados por los gobiernos del Partido Revolucionario Institucional: se constituyó un Consejo de Programación. En él había representantes del propio instituto, del Gobierno Federal y de la ciudadanía, ésta última a través de dos figuras: asociaciones y ciudadanos.⁵

La ventaja de contar con esta figura responsable de los contenidos de la estación, además de garantizar la pluralidad temática, la calidad de la producción y la participación diversa de la ciudadanía, consistió en transparentar y democratizar la toma de decisiones que aseguraba la correcta instrumentación de un modelo de comunicación pluricultural e incluyente en el marco de un medio de servicio público.

Este cambio estructural del IMER, centrado en la figura de un Consejo de Programación con una triple composición: ciudadana, gubernamental y mediática, es el tercer elemento que ayuda a comprender el origen histórico de la emisora, y ha sido parte fundamental para lograr una relación más horizontal entre el medio, los grupos ciudadanos y los radioescuchas.⁶

La contribución de la academia fue el cuarto elemento que impulsó la creación de La Radio Ciudadana, porque postulados teóricos y aprendizajes derivados de estudios comparativos, análisis semióticos y de contenido de los mensajes, de conceptualizaciones sobre la esfera pública y el papel del ciudadano en la actualidad, se instrumentaron en una experiencia concreta, situada en uno de los cuadrantes radiofónicos más amplios, pero

⁵ En la actualidad, los representantes del Gobierno Federal ya no forman parte del Consejo de Programación de la Radio Ciudadana.

⁶ Este consejo ha ampliado su ámbito de influencia en el Instituto Mexicano de la Radio al publicar la convocatoria de la figura de Mediación del IMER y elegirla por votación, previo examen de la trayectoria de las candidaturas presentadas.

a la vez más homogéneos, del mundo. Fue necesario poner en práctica diversos aportes multidisciplinarios para que la emisora operara. Lo jurídico, lo sociológico, lo comunicativo y lo político, se conjuntaron para crear una radio abierta al ejercicio libre y responsable de la comunicación. Basta con revisar cualquiera de las convocatorias, que regularmente publica el Consejo de Programación, para comprender el carácter cultural, lingüístico, regional e individual de realidades ya estudiadas por la academia, y que ahora divulgan su conocimiento en la radio.

La experiencia de la Mtra. Beatriz Solís Leree, profesora-investigadora de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, en la asesoría y redacción de los primeros documentos de la Radio Ciudadana y de su Consejo, es un excelente ejemplo de la influencia del conocimiento académico en la construcción de realidades mediáticas en el marco de modelos de comunicación plurales, diversos y con un claro sentido de servicio público.

Dolores Béistegui planteaba que había asumido con interés particular la dirección del IMER, pero reconocía que le faltaba aprender mucho del tema. Empecé a ayudarlo en cosas que me iba preguntado e incluso en armar el nuevo decreto para que el IMER, que pertenecía a la Secretaría de Gobernación, pasara a depender de la Secretaría de Educación Pública.

Paralelamente a eso, estábamos apoyando la legalización de las radios comunitarias. Existía la intención, durante el Festival de Radios Comunitarias, de instalar una estación y transmitir el festival. La idea me parecía perfecta, pero me preocupaba que en el mero corazón de la Ciudad de México se instalara una emisora sin autorización, y se corriera el riesgo de generar un problema grave con la autoridad. Entonces propuse a Dolores Béistegui que durante esa semana se transmitieran las ponencias. A partir de ese momento y de este acercamiento, Dolores Béistegui propuso que la frecuencia de la XEQK diera salida a proyectos sociales.

Así fue adquiriendo forma el nuevo perfil a la XEQK a partir de un planteamiento ciudadano. Se empezó a trabajar, a arrastrar el lápiz y a definir el Consejo de Programación. Sabíamos que tendría que ser plural, que tendría que tener consejeros ciudadanos, organizaciones civiles y la parte del Gobierno, porque finalmente es Gobierno. Fue la primera estación de radio que tuvo un consejo de programación. En suma, tuvimos la fortuna de las coincidencias más que de las casualidades en ir articulando el proyecto como tal.

El último elemento que explica el origen de la Radio Ciudadana es de carácter cuasi subjetivo y coyuntural, se le suele llamar *voluntad política*, pues esta radiodifusora es también resultado de uno de esos fenómenos característicos del sistema político mexicano, contradictorio y paternalista, que por una parte cierra espacios democráticos y por otra cede en algunos aspectos para que la gente exprese sus inconformidades.

Por suerte, en ese breve periodo de la transición entre el año 2000 y 2002, el diálogo entre gobernantes, comunicadores radiofónicos, académicos y activistas fluyó en un ambiente de coincidencias democráticas. Se puede presumir que existía una serie de voluntades por llevar a la realidad la vocación pública de los medios que recibían subsidio del Estado. La profesora Beatriz Solís resume con exactitud el modo en que se dio este quinto elemento al momento de creación de la Radio Ciudadana.

Había una buena relación entre Dolores Béistegui y Santiago Creel, el Secretario de Gobernación de Vicente Fox. Creel recibió muy bien la propuesta, incluso mandó a Francisco Paoli Bolio, Subsecretario de Desarrollo Político, como representante de gobernación. Si bien ella tuvo la sensibilidad de abrir la estación de radio, también había algo mucho mayor que era sumar la participación de las organizaciones sociales a una frecuencia de radio.

“Dar voz” tiene un componente político porque hay un potencial subversivo en el trabajo de las organizaciones sociales, pues muchas

de sus agendas tenían que ver con actividades de la sociedad civil que no estaban siendo satisfechas por el Estado.

Sí hubo ese apoyo político y se evidenció en que nadie puso límites a Dolores Béistegui para que siguiera adelante con su idea.⁷

En el fondo de esta voluntad política estaba la necesidad de cambiar el modelo de comunicación autoritario, reproducido a largo del país hasta antes del año 2000, que ayudara a consolidar la democracia mexicana gracias al ejercicio de la libertad de expresión y a la creación de espacios públicos en los medios como parte de un sistema de interacción social entre individuo, ciudadanía y Estado.

CONTINUIDAD Y RUPTURA: “SI SE CALLA EL CANTOR”

Sin embargo, de la expectativa de que era posible cambiarlo todo en el periodo de la transición, se regresó, en unos cuantos meses, al estatus histórico de subordinación de la clase política mexicana al poder de los medios de comunicación. Se continuó con el control que en esta materia han tenido tanto el duopolio televisivo, como las pocas familias dueñas de los grupos radiofónicos, las exhibidoras de cine, y los gobiernos estatales sobre sus sistemas de radiodifusión.

El hecho más representativo de esta subordinación de todos los partidos políticos al poder mediático fue la aprobación en la Cámara de Diputados de la llamada “Ley Televisa” en tan sólo siete minutos y por unanimidad, en marzo del 2006. El antecedente de este hecho se dio cuatro años atrás con la decisión de Vicente Fox de reducir el pago del tiempo fiscal a los concesionarios mediante el *decretazo* publicado en octubre de 2002.

La evidente manipulación en los cambios en la Ley de Telecomunicaciones y en la Ley de Radio y Televisión por parte del duopolio televisivo y su indudable carácter inconstitucional, hecho que la

⁷ Entrevista realizada a Beatriz Solís por el autor en junio de 2014.

Suprema Corte de Justicia de la Nación, después corroboraría con su dictamen, produjo una reacción valiente, creativa y necesaria en la dirección del IMER. Ante la imposibilidad de subsistencia de los medios públicos en el marco de esta ley, Dolores Béistegui tomó la decisión de transmitir durante 24 horas una sola canción, aunque diferente para cada emisora del Instituto según el perfil, como una forma de protestar contra el nuevo marco legal que limitaba seriamente los principios de diversidad y pluralidad.

Habíamos construido juntos esa agenda de diálogo, de apertura del poder. Pensábamos que había la oportunidad de hacer las cosas de una forma diferente para tener una nueva ley de radio y televisión y en esta ley tener una presencia como medios públicos. Por eso, nos sentimos tan engañados y decidimos manifestarnos porque era como si nos obligaran a repetir lo mismo todo el tiempo.

Yo le dije a mis colaboradores del IMER que yo asumía la responsabilidad y fue extraordinario, fue uno de los momentos más conmovedores de mi vida, porque el cien por ciento de los empleados del IMER dijeron “va”, y entonces nos pusimos a trabajar toda la noche para generar ese formato. Cada estación escogió una canción acorde a su programación y grabamos *spots* que las acompañaban y logramos estar al aire un poquito más de 24 horas.⁸

La canción que eligió la gerencia de la Radio Ciudadana fue “Si se calla el Cantor” en voz de Mercedes Sosa y compuesta por Horacio Guaraní. La siguiente estrofa es representativa del sentimiento de los trabajadores del IMER en el contexto de la Ley Televisa.

*Que ha de ser de la vida si el que canta
no levanta su voz en las tribunas
por el que sufre, por el que no hay
ninguna razón que lo condene a andar sin manta.*

⁸ Dolores Béistegui, entrevista.

La ruptura de la ciudadanía con el foxismo tomó rostro de decepción porque nada cambió e inclusive algunas situaciones de corrupción, de mantenimiento de privilegios y de límites a los derechos humanos, como es el ejercicio libre y plural de la comunicación, beneficiaron al sistema paternalista y autoritario, ahora sabemos, sin importar el partido que gobierne.

PROBLEMÁTICAS

En el año 2005, la emisora gana diez veces en cobertura al pasar de la XEQK a su frecuencia actual en el 660 XEDTL del mismo IMER, con 50,000 watts de potencia aparente radiada. Es importante el dato porque va en contra de prácticas viciadas del poder hegemónico que ha acotado todo proyecto de comunicación alternativo, al circunscribirlo geográficamente a su zona inmediata de influencia. Con esta potencia ya no sólo se cubrió la Ciudad de México, sino también algunas regiones de los estados vecinos, además de que se mejoró la calidad de recepción en aparatos fijos y móviles de radio tradicional. Por otro lado, dejó ver el compromiso del IMER por consolidar la estación al dar mayor garantía de “comunicabilidad” a los mensajes que transmite.

A la par de las mejoras técnicas, se dieron otras de carácter jurídico, pues en un principio los contratos entre el IMER y los grupos ciudadanos no guardaban un criterio común y no en pocas ocasiones se transmitía por meses sin acuerdo legal vigente. Asimismo, aparecían y desaparecían ideas y proyectos acerca de cómo lograr integrar a los grupos de ciudadanos al perfil de una emisora sin antecedentes en el cuadrante metropolitano. Se hicieron cursos de capacitación, actividades de intercambio y evaluación, se sugirieron procesos de mejora y un sinnúmero de otras acciones que pocas veces tuvieron continuidad y que, sin embargo, brindaron una experiencia valiosa a la estación en su intento por

construir ciudadanías participativas, todo esto gracias también al Consejo de Programación y a su permanente renovación.

Ejemplos de este proceso de experiencias y consolidación han sido las propias convocatorias para la presentación de proyectos ciudadanos de radio, cada vez más precisas en temáticas y en alcances jurídicos, lo cual evita que ciertos grupos ciudadanos conciban de modo erróneo su participación. A la vez, con el tiempo las cartas programáticas muestran un mejor balance en temas y formatos radiofónicos apegados al sentido de las convocatorias.

Basta con revisar los ítems de las últimas convocatorias para saber cómo el IMER, la Radio Ciudadana, el Consejo de Programación, así como sectores de la ciudadanía interesados en ejercer su derecho de comunicación para mejorar la interacción social y de defender la calidad de información a favor de una opinión pública crítica y transformadora, juntos han conformado una agenda incluyente que reconoce la diversidad cultural de los mexicanos en amplios rubros como: paz, educación de calidad, perspectiva de género, participación ciudadana y salud.

Paralelo a esta experiencia de ir y venir en cuanto gestión y contenido, la estación amplió su ámbito de influencia mediática al aprovechar la convergencia tecnológica, primero al transmitir por internet desde el año 2007 y luego en señal digital en el 2012 por el canal HD2 del 107.9 FM. Por supuesto, el problema de la cobertura no se resuelve sumando canales aún con poca escucha, sea porque están extinguiéndose como la amplitud modulada, sea porque la brecha digital existente en el país excluye a una gran parte de la población de los contenidos digitalizados. La Radio Ciudadana es, a la vez, retaguardia y vanguardia en materia de transmisión lo que la ubica en una situación de vulnerabilidad que no ha cambiado desde su origen, como lo explica Beatriz Solís.

Siempre se planteó la limitante del espacio marginado de una institución como el IMER dentro de la totalidad del espacio marginado en el que se tiene a la sociedad como reflejo de lo que está pasando fuera.

Siempre poníamos sobre la mesa que tratáramos de consolidar el proyecto, que ayudáramos a las organizaciones a hacer radio, porque no es lo mismo que tengas un proyecto de activismo, a que eso –de manera automática– te convierta en un sabedor de programas de radio con ciertas características que llamen la atención, que genere una audiencia. Es más, desde mi punto de vista, sigue todavía teniendo que trabajarse sobre ese terreno. Siempre estuvo presente la posibilidad de solicitar el cambio de frecuencia, pero consolidando al modelo para tener muchos instrumentos en las manos al momento de ir a solicitar una FM, ¿cuál [frecuencia]?, la que quieran.⁹

La Radio Ciudadana, pese a su proceso de profesionalización técnica y de contenido, su vocación democrática, así como de su proyecto de comunicación plural y horizontal, aún no logra alcanzar una audiencia que le permita mayor influencia en la opinión pública. A esto se suma la pobre cultura de la población en materia de derechos humanos, sustentabilidad, pluriculturalidad y otros temas que afectan directamente nuestros índices de calidad de vida y bienestar social, es por ello que urge que se replique este modelo de comunicación no sólo en estaciones de radio, sino también en televisoras de vocación pública.

Es necesario extender el modelo de comunicación de la Radio Ciudadana porque ha logrado garantizar lo que el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos prescribe en materia de libertad de opinión y expresión al posibilitar la difusión de las ideas *sin limitaciones de fronteras y por cualquier medio*. Y es que, si bien el Estado mexicano reconoce constitucionalmente la libertad de expresión, lo cierto es que ha sido omiso para garantizarla por cualquier medio. Ahora bien, los medios están ahí, se llaman medios de servicio público y subsisten gracias a los impuestos que la ciudadanía pagamos. Sería interesante preguntar al Gobierno y a los medios públicos como el Canal 11, el 22, a

⁹ Beatriz Solís, entrevista.

los sistemas estatales de radio y televisión, y a las universidades con radios y televisión, e incluso a los canales televisivos de los poderes legislativo y judicial, cuál es su opinión acerca de la participación directa de la ciudadanía en la producción de mensajes a través de sus señales.

Si bien reconocemos la importancia de la Radio Ciudadana, lo cierto es que la emisora aún se queda corta para el tamaño de las necesidades de expresión de los mexicanos en su intento de alcanzar un pleno ejercicio comunicativo. Se trata de una radio que se ha fortalecido, pero que aún tiene una agenda pendiente de incidencia social.

Unos meses después del primero de abril del 2013 en que se cumplieron los diez años exactos de su existencia, se decidió conmemorar la continuación de este proyecto con cuatro mesas de discusión realizadas entre los meses de noviembre y diciembre, cuyas temáticas resumen las inquietudes de todos aquellos que hemos participado en la toma de decisiones, en la producción de programas ciudadanos y como radioescuchas críticos.

En primer término, existe una preocupación por rescatar la historia de la Radio Ciudadana, de valorar los acontecimientos que dieron lugar a su nacimiento en función de los procesos de transición política en México y del papel de los medios en la conformación de ciudadanía informadas y críticas. También se rescata la experiencia de esta estación como paradigma de radio pública que ha dado lugar a la expresión de temas que superan con mucho el ámbito local para ubicar a México en el concierto internacional de lo que implica el estado de derecho, la relación hombre-naturaleza y la pluriculturalidad de nuestro pueblo frente a los procesos de homogenización derivados de la globalización económica. Está presente la posibilidad de replicar el modelo en todos los medios de servicio público que dependen del subsidio ciudadano, vía los impuestos. La última inquietud apunta a rescatar, en voz de los propios ciudadanos que han hecho esta radio, las experiencias de comunicación horizontal y democrática que

ha propiciado, así como el balance que personas y asociaciones pueden hacer a partir de su presencia en la radio sobre el cumplimiento de su agenda fuera de los micrófonos.

Para completar el balance de la existencia de la Radio Ciudadana es conveniente rescatar las opiniones de Dolores Béistegui y de Beatriz Solís que han servido de guía temática para el desarrollo de este trabajo. Béistegui habla de pasar del orgullo a combatir la apatía con buena radio.

Me queda claro, en este momento, que la agenda en telecomunicaciones no se ha acabado, ahí está, muy complicada, muy difícil, y es donde necesitamos urgentemente ciudadanos informados, comprometidos, dispuestos a pelear. Yo creo que lo peor de una democracia es la apatía y la radio es un instrumento absolutamente extraordinario para combatir esa apatía porque un programa que oyes te puede cambiar la vida.¹⁰

En este sentido, Solís hace énfasis en la defensa del proyecto comunicativo por parte de los grupos ciudadanos que han transmitido sus agendas por esta radio.

Me parece que ha faltado pelear por la Radio Ciudadana por parte de las propias organizaciones que hacen uso de la frecuencia, tendrían que estar peleando más, ponerse más duros, porque se están beneficiando de la radio, pelear por su espacio. Es un proyecto que puede retroceder, perderse, pero al conservarse puede dar al IMER el perfil de medio público que necesita.

Si bien el balance de la Radio Ciudadana es positivo, es necesario resaltar aquellos aspectos que, como dice Solís, deben fortalecer al proyecto. Estos se pueden resumir de la siguiente manera:

¹⁰ Dolores Béistegui, entrevista.

1. Garantizar una amplia cobertura tanto en los canales tradicionales como en los emergentes.
2. Expandir su modelo de comunicación a todos los medios públicos, incluyendo la televisión.
3. Documentar la experiencia para conservar la memoria histórica de la radio y difundir su utilidad social a otros ámbitos democráticos.
4. Evaluar su permanencia y fortalecimiento frente a los distintos avatares jurídicos en el marco de las reformas de Peña Nieto.
5. Lograr una gran complicitad e identidad con amplios públicos de radioescuchas.

En suma, la Radio Ciudadana, como medio público, ha brindado un piso, no exento de vicisitudes, a mujeres y hombres que en su quehacer comunicativo ejercen “el derecho de antena”, como diría el comunicador latinoamericano, José Ignacio López Vigil, tanto al producir contenidos radiofónicos, como al difundir aquello que un radioescucha tiene derecho a saber.

BIBLIOGRAFÍA

- BEÍSTEGUI, Dolores. Entrevista realizada por el autor en mayo de 2014. México, D.F.
- LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. *Manual urgente para radialistas apasionados*. PDF / Inti Barrientos. Quito, Ecuador.
- IMER: *Primera Convocatoria de Proyectos Ciudadanos de Radio*. Secretaría de Gobernación, IMER: 2003.
- SOLÍS LEREE, Beatriz. Entrevista realizada por el autor en junio de 2014. México, D.F.

EL CONSEJO DE PROGRAMACIÓN. PARTICIPACIÓN CIUDADANA MÁS ALLÁ DE LOS MICRÓFONOS

Adriana SOLÓRZANO FUENTES*

El 1 de abril de 2003 en el *dial* de la Ciudad de México se escuchó por primera vez la Radio de los Ciudadanos. Un proyecto radiofónico, único en su género, puesto en marcha por el Instituto Mexicano de la Radio, el grupo de radiodifusoras públicas más importante del país por el número de emisoras¹ cobertura y alcance.² La XEQK, con apenas 5 mil watts de po-

* Profesora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Gerente de Radio Ciudadana (2011-2013).

¹ El Instituto Mexicano de la Radio está integrado por las siguientes emisoras: Opus, 94.5 FM; Reactor, 105.7 FM; Horizonte, 107.9 FM; Radio Ciudadana, 660 AM; Radio 710, 710 AM; XEB, 1220 AM; Tropicalísima, 1350 AM. Yucatán FM, 92.9 FM; Esterero Istmo, 96.3 FM; Fusión, 102.5 FM; Órbita, 106.7 FM; Radio IMER, 540 AM; La FQ, 980 AM; La Popular, 1350 AM; Radio Lagarto, 1560 AM; Radio Azul, 1560 AM; La Poderosa, 1570 AM y Radio México Internacional (transmisión por internet).

² Las emisoras del IMER transmiten desde las siguientes plazas: Distrito Federal; Mérida, Yucatán; Salina Cruz, Oaxaca; Tijuana, Baja California; Ciudad Juárez, Chihuahua; Comitán, Chiapa de Corzo y Cacahoatán, Chiapas; Lázaro Cárdenas, Michoacán; Cananea, Sonora y Ciudad Acuña, Coahuila.

tencia y su pequeña infraestructura, que hasta entonces había sido suficiente para transmitir minuto a minuto la hora exacta, se convirtió en plataforma del concepto radiofónico que ha dado voz a más de 250 grupos de la ciudadanía.

A poco más de una década de existencia, el alcance y la cobertura de la emisora aumentó, gracias a que el 15 de agosto de 2005, la XEDTL, en el 660 de AM fue destinada a la transmisión de Radio Ciudadana,³ lo que trajo como consecuencia un aumento a 50 mil watts de potencia y la consecuente ampliación de la cobertura que, desde ese momento, incluye toda la Ciudad de México y área conurbada, además del Estado de México, Puebla, Morelos, Hidalgo, Querétaro, Tlaxcala, Guerrero, Veracruz y Oaxaca.

Con la concreción, en 2007, de la transmisión en línea, se dio otro paso para llegar a un mayor público. Más adelante, en 2012, con el inicio de transmisión simultánea en alta definición, a través del canal HD2 del 107.9 FM, se llegaría a la ansiada vanguardia tecnológica.

Si bien, aparentemente, el aniversario de Radio Ciudadana es el 1 de abril, es preciso aclarar que desde cinco meses antes, académicos, ciudadanos y autoridades ya trabajaban sistemática y colegiadamente en la evaluación de propuestas de programas, además de que discutían y consensuaban el espíritu que alentaría y daría vida a la emisora. Desde el 27 de noviembre de 2002 estaba instalado el Consejo de Programación.

Este artículo tiene por finalidad reflexionar sobre la importancia de la participación ciudadana a través de órganos colegiados en los medios de comunicación, además de recoger el actuar del consejo de programación de Radio Ciudadana a partir de los documentos que integran sus archivos, como las minutas de sesiones.

³ Se decidió cambiar el nombre de Radio de los ciudadanos a Radio Ciudadana para evitar un sesgo sexista en la nomenclatura.

Es clara la importancia del empoderamiento de la ciudadanía como generadora de contenidos y éste es, regularmente, el aspecto más destacado cuando se habla de la emisora; no obstante, el que Radio Ciudadana naciera con un consejo de programación independiente del Gobierno, es un aspecto sustantivo que merece la pena focalizar, porque constituye una práctica que debería ser replicada, cuando menos, en todos medios públicos nacionales.

Durante décadas existió un reclamo social para que la sociedad civil tenga presencia y voto en los órganos directivos de los medios de comunicación, máxime en los medios operados por el Estado; es por esto que Radio Ciudadana significa, además de una oportunidad de acceso de la sociedad civil a los medios como generadores y productores de contenidos, el reconocimiento y puesta en práctica del derecho de la ciudadanía a participar en la toma de decisiones de los medios públicos.

Las dos características principales de Radio Ciudadana: participación directa de la sociedad civil en la generación de contenidos, y su consejo de programación, la convierten en una emisora única desde entonces y hasta el día de hoy, pues entre las más de 2 mil frecuencias radiofónicas del país,⁴ con excepción de las pertenecientes al Sistema de Radiodifusoras Culturales Indigenistas⁵ y unas cuantas emisoras comunitarias que han logrado

⁴ De acuerdo con el Instituto Federal de Telecomunicaciones, en México están autorizadas un total de 2,105 frecuencias, de las cuales 1,645 son concesionadas y 460 permisionadas, de acuerdo con lo que establecía la Ley Federal de Radio y Televisión recientemente abrogada el 14 de julio de 2014. El cuadro de infraestructura puede consultarse en: http://www.ift.org.mx/iftweb/wp-content/uploads/2012/09/CuadroEstadisticodeDistribuciondeEstaciones_Abril-2014-6.pdf

⁵ El Sistema de Radiodifusoras Culturales Indigenistas se inaugura el 10 de marzo de 1979. Actualmente el sistema agrupa veinte emisoras en amplitud modulada y 7 emisoras en frecuencia modulada. Transmiten en 31 lenguas de las 68 existentes. Operan en 15 estados con una cobertura en conjunto de mil municipios en los que habitan 6 millones de personas pertenecientes a un pueblo originario. En muchas de estas emisoras se da participación a través de asambleas.

ser reconocidas por el Estado mexicano,⁶ continúa siendo la única que nutre su programación principalmente con propuestas ciudadanas.

El Consejo de Programación se integró originalmente por cuatro representantes de organizaciones promotoras de derechos humanos o por su experiencia en el medio radiofónico, por cuatro representantes de la sociedad civil y por tres representantes de instituciones públicas.⁷ El primer Consejo contó entre sus miembros con Dolores Béistegui, entonces directora general del Instituto Mexicano de la Radio; Francisco José Paoli Bolio, en ese momento subsecretario de Desarrollo Político de la Secretaría de Gobernación y Emilio Álvarez Icaza Longoria, quien era presidente de la Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal. Las organizaciones invitadas fueron: el Consejo Nacional para la Enseñanza de la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), representado por Javier Esteinou Madrid; la Asociación Mundial de Radios Comunitarias México (AMARC), representada por su presidenta, Aleida Calleja Gutiérrez; el Movimiento de los Ciudadanos por la Democracia, representado por su presidente Manuel Canto Chac y el Consejo de la Sociedad Civil, representado por Silvia Alfonso Félix. Finalmente, a título individual y en su carácter de ciudadanos, los primeros consejeros fueron Beatriz Solís Leree, Virgilio Caballero Pedraza, Jorge V. Villalobos G. y Vicente Arredondo Ramírez.

La instalación del cuerpo colegiado fue el 27 de noviembre de 2002. En poco más de un año, para la décima segunda sesión, en diciembre de 2003, ya se tenían elaborados y aprobados los

⁶ Durante décadas las radios comunitarias habían sido criminalizadas en México. Es hasta julio de 2014 cuando la Ley de Telecomunicaciones y Radiodifusión les da reconocimiento legal. Algunas, incluso con el marco legal anterior, lograron obtener un permiso y se incluyen en el cuadro de frecuencias del IFT. Las radios comunitarias, por sus mismas características, implican la participación ciudadana en toda su operación.

⁷ Aunque literalmente se señalan como instituciones públicas, en realidad la participación fue gubernamental, a excepción de la de la Comisión de Derechos Humanos del DF.

principios fundacionales y los documentos rectores de la emisora: Misión, Visión, Objetivos, Políticas de programación y los Lineamientos internos de funcionamiento del Consejo de Programación.

Si bien el Consejo tiene un carácter meramente consultivo y no tiene injerencia en la administración y operación de la radio-difusora, sí ha sido desde el principio garante de la libertad de expresión de la ciudadanía que accede a XEDTL. Por ejemplo, en las políticas de programación se estableció que la línea editorial de Radio Ciudadana es determinada por el Consejo⁸ y en los lineamientos internos de funcionamiento del propio órgano se incluyó entre sus facultades el proponer y aprobar los criterios específicos de selección, seguimiento y evaluación de los programas transmitidos por la emisora, aprobar la barra de programación y definir los términos de las convocatorias públicas y de las invitaciones directas para la presentación de proyectos.

Es por eso que, en cumplimiento de sus atribuciones, el Consejo ha sido el órgano de decisión en torno a los ciudadanos, colectivos e instituciones que han participado en la emisora con espacios de programación fijos. Los primeros sesenta proyectos aceptados correspondieron a siete agrupaciones políticas nacionales, dos instituciones de asistencia privada, 14 universidades, 26 asociaciones civiles y 11 ciudadanos.

En junio de 2009, con la finalidad de aprovechar la experiencia adquirida después de cuatro convocatorias, la evaluación de 552 proyectos y de la producción y transmisión de 186 proyectos dio inicio un periodo de ajustes a los documentos rectores de la emisora. Entre los cambios más importantes se encuentra un agregado a las Políticas de Programación para establecer que los contenidos directamente generados por la ciudadanía (seleccionados por convocatoria) no podrían ser menores a treinta horas

⁸ Con el tiempo, los documentos se condensaron en una sola guía. Actualmente se especifica que la línea editorial debe responder a la Misión de la emisora y ser congruente con el código de ética del IMER.

a la semana, con lo cual se garantizó un piso mínimo de participación ciudadana.

Por otra parte, la Misión fue ajustada para enfatizar que la promoción de la cultura democrática, libertad de expresión y derecho a la información de la ciudadanía, sería mediante su *participación directa en la programación y en la generación de contenidos*.⁹

La Visión también cambió. Originalmente se pretendía que la emisora fuera modelo para iniciativas radiofónicas con propósitos similares. En el 2009 quedó asentada la aspiración de ser referente para la apertura y el acceso responsable de la ciudadanía a todos los medios de comunicación, tanto públicos como privados. El cambio representa un giro relevante en la concepción de la democratización y la participación ciudadana en los medios, ya que ésta debe promoverse en todos estos, incluso los comerciales; pues sin importar el fin de lucro, los medios de comunicación son un servicio público que explota un bien nacional (el espectro radioeléctrico).

Dos años después, en 2011, el Consejo de Programación adquirió un rol mucho más importante en el Instituto Mexicano de la Radio, al trascender sus tareas de Radio Ciudadana a la participación en la designación de la figura de Mediación (defensoría de audiencia) del Instituto.

Es preciso señalar que desde 2007 el Consejo de Programación había propuesto a las autoridades del IMER en reiteradas ocasiones la creación de un Ombudsman para la emisora sin que

⁹ La Misión original indicaba: “Promover la cultura democrática a través de la participación ciudadana que ejerciendo su libertad de expresión y derecho a la información, proponga y realice contenidos programáticos en formatos innovadores de comunicación, que estimulen el conocimiento, análisis y solución de los asuntos de interés público, así como reflejar la diversidad de sectores de nuestra sociedad, permitiendo la pluralidad informativa” La Misión actual señala “Promover la cultura democrática, la libertad de expresión y el derecho a la información de la ciudadanía mediante su participación directa en la programación y en la generación de contenidos que reflejen la pluralidad ideológica y estimulen el conocimiento, la comprensión y el análisis de asuntos de interés público”.

se hubiera podido concretar. En 2009, a seis meses de la toma de posesión de Ana Cecilia Terrazas como titular de la dirección general del IMER, se instituyó la figura de Mediación como la figura autorregulatoria, para fungir como puente entre las demandas de los radioescuchas y la institución.

El primer titular de la Mediación fue el maestro Felipe López Veneroni, quien ocupó el cargo por invitación directa del IMER. En un espíritu de darle mayor libertad e independencia editorial a quien lo sucedería dos años después, se consultó con el Consejo de Programación de Radio Ciudadana la pertinencia de involucrar al cuerpo colegiado en la tarea de la selección.

Así, durante el primer semestre de 2011 se trabajó en la adecuación de los Lineamientos de Mediación para establecer que el titular sería propuesto y seleccionado por el Consejo de Programación de Radio Ciudadana. En agosto de ese año, en sesión extraordinaria, el Consejo seleccionó por mayoría simple de votos al maestro Gabriel Sosa Plata para fungir como Mediador del IMER, y en 2013 seleccionó a la persona titular, ya no a partir de las propias propuestas del Consejo, sino de candidatas y candidatos propuestos por la ciudadanía, a través de una convocatoria pública y abierta.

En 2011 se registraron nuevamente cambios en los documentos rectores del Consejo. En primer término, se condensaron todos en la *Guía de operación y funcionamiento de Radio Ciudadana*, la cual sigue vigente, y se modificó la medida de número de horas de producción coordinada directamente por la ciudadanía por la de número de programas.

La modificación de 2009 indicaba que el IMER debería producir como mínimo treinta horas semanales cuyos contenidos fueran directamente coordinados por la ciudadanía. Lamentablemente este modelo había obligado a la emisora a concentrarse la producción de formatos largos (media hora y una hora) con el predominio de entrevistas en vivo para cumplir con lo establecido, pues era inviable para cumplir con la meta, la producción

de formatos cortos de cinco o diez minutos con recursos de producción más complejos y dinámicos. Ante tal problemática, el Consejo determinó en 2011, realizar un ajuste: el cincuenta por ciento de los programas de XEDTL deberían ser coordinados por la ciudadanía, sin importar la duración de estos.¹⁰

En 2012, con la finalidad de armonizar los Lineamientos de Mediación con la Guía de Operación y Funcionamiento de Radio Ciudadana, se modificó el artículo primero relativo a las atribuciones del Consejo, para ampliar su actuación hacia todo el instituto:

El Consejo es el órgano consultivo de programación de la emisora XEDTL 660 AM, que se replica en el 107.9 HD2, Radio Ciudadana del Instituto Mexicano de la Radio. Por su naturaleza y características independientes, podrá fungir como órgano de opinión y asesoría de las acciones, programas y proyectos que lleve a cabo el Instituto y que ameriten a petición de éste o de las personas consejeras, una intervención plural y democrática para preservar el Código de ética y la Guía práctica de estilo radiofónico del IMER.

Es también en el 2012 que se produce un último cambio sustantivo del Consejo: su total ciudadanización. Durante casi diez años el Consejo de Programación incluyó, además del representante del IMER, a dos integrantes provenientes de instituciones gubernamentales: El Instituto de Desarrollo Social (INDESOL) y la Secretaría de Gobernación, a través de la Dirección General de Relación con las Organizaciones Sociales, de Participación Ciudadana y de Transparencia. A partir de noviembre de 2012, la Guía de Operación fue modificada para reducir de once a nueve el número de integrantes del Consejo y dejar la representación gubernamental en el mínimo indispensable: el voto correspondiente al IMER.

¹⁰ Para que no decayera el número de producciones se estableció que, como mínimo, el IMER debía producir cincuenta programas por semana.

Desde su instalación en 2002 y hasta el 2014, el Consejo de Programación ha evaluado 960 proyectos en respuesta a siete convocatorias públicas promovidas por la emisora. Ha evaluado periódicamente la programación ciudadana al aire, recomendado cambios, autorizado barras programáticas, emitido convocatorias (estableciendo temáticas prioritarias a partir de la quinta convocatoria), coordinado eventos académicos y de reflexión y, sobre todo, ha hecho llegar su voz experta como consejo asesor a los servidores públicos que han estado a cargo del Instituto Mexicano de la Radio.

Si bien, los órganos consultivos de expertos ciudadanos han sido comunes en países europeos desde los años 30 del siglo pasado, en México son pocas las emisoras que como Radio Ciudadana se han abierto a la participación de la sociedad civil, lo que constituye una asignatura pendiente.

Desde el informe MacBride, en 1980, ya había quedado señalado que “Uno de los defectos más extendidos de la comunicación es la ausencia de participación del público en la administración y la toma de decisiones”¹¹ En México, la Ley Federal de Radio y Televisión que estuvo vigente por más de medio siglo sólo llegó a considerar la participación ciudadana a través del Consejo Nacional de Radio Televisión,¹² otorgando únicamente un lugar, de los diez disponibles, a la sociedad civil.

Con la promulgación, el 14 de julio de 2014, de la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano se dio un leve avance: la creación del Consejo Ciudadano del Sistema Público

¹¹ Sean MacBride *et al.*, *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*, (México: FCE, 1993), 145

¹² El Consejo está integrado por cuatro representantes del Gobierno Federal procedentes de la Secretaría de Gobernación, de Comunicaciones y Transportes, de Educación Pública y Salud; dos representantes de la Industria de la Radio y la Televisión, dos representantes de los trabajadores del sector (normalmente los líderes sindicales del STIRT y el SITATYR, además de un invitado permanente de la industria de la radio y la televisión y otro de la sociedad civil.

de Radiodifusión¹³ integrado por nueve expertos en materia de comunicación.

No obstante este avance, los medios en México –incluso la mayoría de los públicos–¹⁴ no cuentan con participación ciudadana, ya no digamos orgánica, ni siquiera a nivel consultivo.¹⁵

Radio Ciudadana ha alcanzado hoy por hoy su Visión: *Ser referente para la apertura y el acceso responsable de la sociedad a la radio*. Es un modelo replicable y muestra del espíritu que debería tener todo medio público; lamentablemente sigue siendo una *joya* en el cuadrante, un caso aislado que nos recuerda permanentemente que el derecho a comunicar de la ciudadanía, cuando menos en México, sigue siendo una promesa.

BIBLIOGRAFÍA

DEL VAL, José (Coord.). *Voces del Sistema de Radiodifusoras Culturales Indigenistas*. México: CDI, UNAM, 2010.

¹³ Artículo 22: El Sistema contará con un Consejo Ciudadano con el objeto de asegurar su independencia y una política editorial imparcial y objetiva en su gestión, para lo cual contará con facultades de opinión y asesoría de las acciones, políticas, programas y proyectos que desarrolle el sistema. Véase *Decreto por el que se expiden la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano*; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión. DOF, 14 de julio de 2014.

¹⁴ Son excepciones los medios que cuentan con consejos consultivos, como el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión, que de acuerdo con su Ley Orgánica está integrado por cinco vocales del gobierno y siete vocales ciudadanos. Véase decreto 24561/LX/13 del 7 de diciembre de 2013. Periódico oficial del Estado de Jalisco, puede consultarse en línea <http://c7jalisco.com/sites/default/files/DECRETO.pdf>

¹⁵ Antonio Montoro distingue la función consultiva de la orgánica; la primera es auxiliar, de asesoría y corresponde a expertos en la materia; la orgánica implica funciones más relacionadas con la operación interna y también participación ciudadana en los procedimientos. Véase “La exigencia constitucional de participación en los medios públicos de comunicación” en *Anales de Derecho*. Universidad de Murcia No. 13, (1995). Disponible en <http://revistas.um.es/analesderecho/article/view/82081/7916>.

- DOF. *Decreto por el que se expiden la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano*; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión. DOF, 14 de julio de 2014.
- ESTEINOU MADRID, Javier (Coord). *La radio de los ciudadanos. A un año de su creación*. México: IMER, SEGOB, 2004.
- IMER. *Lineamientos de la Figura de Mediación*. Disponible en: http://www.imer.gob.mx/phpwrappers/NormatecaInterna/apitrck/uploads/lineamientos_figura_de_mediacion_imer.pdf
- . *Código de ética del Instituto Mexicano de la Radio y Guía práctica de estilo radiofónico*. Disponible en: http://www.imer.gob.mx/phpwrappers/NormatecaInterna/apitrck/uploads/codigo_etica_y_guia_practica_estilo_radio_normateca_imer_2013.pdf
- IMER. *Guía de Operación y Funcionamiento de Radio Ciudadana*. Disponible en: http://www.imer.mx/radiociudadana/wp-content/uploads/sites/16/2013/07/guia_de_operacion_radio_ciudadana_2012.pdf
- MACBRIDE, Sean, et. al. 1980 *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. México: FCE, 1993.
- MONTORO, Antonio. “La exigencia constitucional de participación en los medios públicos de comunicación” en *Anales de Derecho*. Universidad de Murcia No. 13 (1995). Disponible en: <http://revistas.um.es/analesderecho/article/view/82081/79161>
- PASQUALI, Antonio. “Reinventar los servicios públicos”. En *Nueva Sociedad*. Número 140 Noviembre-Diciembre (1995): 70-89. Disponible en http://www.nuso.org/upload/articulos/2454_1.pdf

ORGANIZACIONES SOCIALES Y CIUDADANOS QUE HAN FORMADO PARTE DEL CONSEJO DE PROGRAMACIÓN DE RADIO CIUDADANA	
Colectivo Interdisciplinario por la Cultura y el Desarrollo Social, A.C. (Ameyalli)	Vicente Arredondo Ramírez
Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI)	Rocío Bolaños Gómez
Asociación mexicana de investigadores de la comunicación (AMIC)	Virgilio Caballero Pedraza
Asociación Mundial de Radios Comunitarias México (AMARC)	Vicente Castellanos Cerda
Católicas por el Derecho a Decidir, México	César Arnulfo Cravioto Romero
Centro de Análisis e Investigación (FUNDAR)	Teresa Inchaustegui,
Círculo de la Diversidad Sexual (CIDISEX)	Marco Levario Turcott
Consejo de la Sociedad Civil	Felipe López Veneroni
Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONFICC)	Omar Raúl Martínez
Equipo Pueblo A.C.	Graciela Martínez Matías
Fundación Vamos, (FDS, A.C.)	Patricia Ortega
Iniciativa Ciudadana para la Promoción de la Cultura del Diálogo	Nashiel Ramírez
Movimiento de los Ciudadanos por la Democracia	Marta Rizo García
Prensa y Democracia de México (Prende)	Beatriz Solís Lerece
Sociedad Mexicana Pro Derechos de la Mujer (SEMILLAS A. C.)	Gabriel Sosa Plata Jorge Villalobos G.

LA RADIO CIUDADANA. MÁS DE UNA DÉCADA DE EXISTENCIA

Javier ESTEINOU MADRID*

EL MARGINAMIENTO DE LA SOCIEDAD CIVIL
EN LOS MEDIOS ELECTRÓNICOS DE INFORMACIÓN COLECTIVOS

Debido a las nuevas capacidades tecnológico-materiales que durante el siglo XX y principios del siglo XXI conquistaron los medios de información colectivos, especialmente los electrónicos, y a las transformaciones urbano políticas que se dieron en el país; estos se convirtieron en el centro del poder ideológico y político contemporáneo de nuestra nación. En este sentido, de haber sido instrumentos de difusión relevantes en 1960 en México, de transformarse en instituciones importantes de socialización en 1970 y de convertirse en el *cuarto poder* político a partir de 1980, como corresponsables del poder; al principio del 2000 se transformaron en el vértice del poder actual. Es decir,

* Profesor Investigador del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco.

ya no son sólo simples instituciones importantes de información o el *cuarto poder*, sino que ahora se han convertido en el “Primer Poder” ideológico que existe en nuestra sociedad.

No obstante que a principios del siglo XXI los medios de información, particularmente de radiodifusión, utilizan el espacio aéreo que es un bien limitado, propiedad de nuestra nación, y que gradualmente, se han convertido en el centro del poder contemporáneo; su operación no ha funcionado en espacios neutros o independientes, sino que ha funcionado vinculada a las necesidades de reproducción del poder económico y político dominante. Dentro de este marco estructural, el margen de participación de los movimientos sociales a través de los medios de comunicación no ha sido monolítico; ha oscilado entre una gama de intervenciones (desde las cerradas, hasta las abiertas) y también entre los canales escritos y los electrónicos. Así, encontramos que las vías a través de las cuales los movimientos sociales mexicanos han participado con mayor fuerza, desde principios del siglo XX hasta la fecha, para expresar sus intereses y demandas, se concentra con gran peso en los medios impresos y se cierra casi por completo en los canales electrónicos, especialmente, audiovisuales.

De esta forma, la naturaleza social de los medios de información desde un principio quedó determinada por la presencia de un fuerte contexto económico y político que condicionó herméticamente el uso social de los mismos por otros sectores más amplios que no fueran los propietarios o representantes del gran capital interno y transnacional en la República. Esta situación alcanzó su mayor esplendor en el caso de la radio, tanto pública como privada, al grado de que se ha construido otro proyecto cultural contrario al proyecto de los grandes grupos que sostienen nuestra nación.

En este sentido, derivado de este condicionamiento estructural, por ejemplo, el 76% de la radio comercial se encuentra en manos de 14 familias y sólo cuatro grandes cadenas aglutinan

casi la mitad del total de las emisoras (47.8 %). Realidades que son impensables en otros países.¹

Fue dentro de este esquema mercantil que la radio nacional se desarrolló y donde alcanzó hasta ahora su mayor dinámica de expansión e influencia sobre la cultura nacional. Sin embargo, contraria y paralelamente a esta realidad de radio privatizada, apareció de manera muy tardía, en los años sesenta, la radio pública en nuestro territorio. Su lenta incorporación al panorama cultural de la nación, provocó que ésta emergiera y madurara con una personalidad social poco definida, con menor experiencia radiofónica, reducido apoyo económico, bajo nivel de credibilidad en el auditorio, proyecto cultural confuso, mayores presiones burocráticas, menor cobertura geográfica de influencia, grandes contradicciones en sus líneas de dirección, intensos cambios en sus directrices de orientación, nula o baja orientación de servicio público, etcétera.

De esta forma, observamos que, no obstante que en la actualidad la sociedad mexicana ya alcanzó los 115 millones de habitantes, y pese a que –en última instancia– los grupos básicos que sostienen a nuestra nación son los que financian el funcionamiento de la televisión; confirmamos que la mayor parte de estos sectores básicos no tienen acceso para participar dentro de este medio de comunicación para exponer colectivamente sus necesidades e incorporarse a los procesos de gestión pública del país, vía esta tecnología cultural.

En este sentido, constatamos, por ejemplo, que las *organizaciones campesinas* no cuentan con espacios radiales desde los cuales poder solicitar apoyos crediticios para trabajar en el campo, exigir mejores precios de garantía a sus cosechas, demandar el reparto de tierras, denunciar el extendido cacicazgo y la corrupción de autoridades o funcionarios, etcétera. Los *sindicatos* tampoco cuentan con tiempo informativo en este medio para pe-

¹ Datos obtenidos de “Sociedad civil al rescate”, periódico *El Universal*, 7 de marzo del 2003 y “La Impunidad en México”, *Comisión Mexicana de Defensa y Promoción de los Derechos Humanos*, Comisión Interamericana de Derechos Humanos: México, 26 de febrero del 2003, 45.

dir aumentos salariales, elevar sus condiciones generales de vida o denunciar las anomalías existentes en el interior de sus grupos.

Los numerosos grupos indígenas fundadores desde hace milenios de nuestro territorio y cultura, todavía, en el siglo XXI, no tienen espacios relevantes en el *dial* para expresar sus necesidades, dolor, marginación y tristeza generados desde hace quinientos años con la Conquista Española y las subsecuentes reconquistas nacionales. Los gremios de trabajadores no poseen alternativas comunicativas para dar a conocer sus puntos de vista sobre el modelo económico en el cual están insertos.

No obstante que actualmente vivimos una fase de gravísimo colapso ambiental en el Valle de México y el resto del país por la profunda relación destructiva que mantenemos con la naturaleza, los *movimientos ecologistas*, no cuentan con ningún espacio de las redes nacionales de radio para difundir su labor en pro de la defensa de la vida y las culturas sustentables. Los *sectores magisteriales*, pese a que sobre ellos descansa la operación de la formación del capital cerebral del país a través de su acción educativa, tampoco cuentan con espacios en los medios radiofónicos para contrarrestar la acción deformante de la cultura parasitaria que ha creado la sociedad de consumo y fortalecer con ello el proyecto educativo de la escuela nacional.

Otras células básicas como son los organismos no gubernamentales, las iglesias, los movimientos urbanos, los productores agropecuarios, la mayoría de las universidades o centros de educación superior, los transportistas, los grupos de amas de casas, las asociaciones de padres de familia, los grupos de colonos, las organizaciones de maestros, los estudiantes, los profesionistas, etcétera, tampoco disponen de espacios radiales para plantear y discutir sus problemáticas particulares.

Dicha situación de discrecionalidad y desigualdad de la vieja clase política llegó a su extremo de desvergüenza y abuso cuando ante la iniciativa del Congreso de la Unión en mayo del 2002 para suprimir o reducir los 260 millones de pesos al año que costó sostener la pensión vitalicia de los cinco ex presidentes del país,

el ex Mandatario José López Portillo (1978-1982) propuso para compensar este desequilibrio en sus erarios personales que “el Estado ofreciera concesiones de radio y televisión a los ex presidentes, para que los ex mandatarios no tuvieran que depender del fisco. Cosas que produjeran y generaran riqueza, pero que no le costaran al pueblo de México”.²

Este panorama de cerrazón de los canales de información hacia los sectores sociales se refuerza jurídicamente cuando observamos que después de 94 años de historia de la radio en México, la sociedad no goza de los derechos ciudadanos básicos en materia de comunicación, como son el Derecho a la Información, el verdadero Derecho de Réplica y el Derecho de Acceso a la Comunicación, el Derecho de Defensa de su Imagen en los medios, etcétera. En esta forma, a lo largo de varias décadas se creó un sistema de comunicación radiofónica cerrado, vertical, negador de los derechos comunicativos elementales de los ciudadanos; fomentador de la dinámica de comunicación-mercado y no del servicio público y excluyente de otros actores sociales básicos de nuestro país. Dicho prototipo de comunicación se caracterizó como el “*Modelo de Comunicación para los Jodidos*” que fue impulsado ampliamente por los grandes monopolios de la difusión masiva en el país y se distinguió por construir esclavos mentales domesticados y no ciudadanos conscientes capacitados para construir una nueva sociedad.³

Así, por ejemplo, en primer término, los receptores no cuentan con un verdadero Derecho de Réplica en los medios de información, especialmente electrónicos, pues el Nuevo Reglamento de Radio y Televisión en Materia de Concesiones, Permisos y Contenido, sólo autoriza en su artículo 38 que “toda persona física o moral, podrá ejercitar el derecho de réplica cuando un material que sea difundido en cualquier programa de una esta-

² “Pide José López Portillo concesión de tele, no pensión”, periódico *Reforma*, 31 de mayo del 2002.

³ Para ampliar este punto consultar Javier Esteinou Madrid, “El modelo de comunicación para los *jodidos*”, revista *Siempre*, No. 2577, 2578, 2579 y 2580, (Cuatro partes), Fundación Pagés Llergo, (2002): 20-24.

ción de radio o de televisión no cite la fuente de la cual extrajo la información y considere que los hechos que la alude son falsos e injuriosos”.⁴ Esta normatividad imposibilita que los receptores puedan intervenir cuando se les difame, insulte, desacredite u ofenda en los medios, si la fuente está bien citada. Es decir, este pseudoderecho permite la calumnia bien documentada.

En segundo término, el Consejo Nacional de Radio y Televisión, que es la entidad encargada, entre otras, de coordinar las actividades de la Ley Federal de Radio y Televisión y de elevar el nivel moral, artístico, y social de las transmisiones, permite la participación amplia, con voz y voto, de un representante de la Secretaría de Gobernación, uno de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, uno de la Secretaría de Educación Pública, uno de la Secretaría de Salud, tres de la Industria de la Radio y Televisión (CIRT), dos de los trabajadores y finalmente, sólo uno de la sociedad civil, pero éste último, con voz y sin voto.⁵ En este sentido, el representante del sector mayoritario de la comunidad que mantiene el funcionamiento de la radio y televisión permanece como espectador con las manos atadas.

En tercer término, la participación social en los canales de difusión que podría haberse dado desde hace varias décadas, vía el uso de los tiempos oficiales del 12.5 % en radio y televisión y los tiempos fiscales;⁶ fue reducido a treinta y cinco minutos en radio por el Decreto Presidencial Sobre Uso de los Tiempos Oficiales

⁴ “Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en materia de concesiones, permisos y contenido de las transmisiones de radio y televisión”, (*Diario Oficial de la Federación*, 10 de octubre del 2002), disponible en: <http://www.cirt.com.mx/legislacionderadioyvtv.html>.

⁵ “Ley Federal de Radio y Televisión”, (*Diario Oficial de la Federación*, 19 de enero de 1996), disponible en: <http://www.cirt.com.mx/legislacionderadioyvtv.html>.

“Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en Materia de Concesiones, Permisos y Contenido de las Transmisiones de Radio y Televisión”, (*Diario Oficial de la Federación*, 10 de octubre del 2002), disponible en <http://www.cirt.com.mx/legislacionderadioyvtv.html>.

⁶ “Acuerdo de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para el uso oficial del 12.5 % en radio y televisión”, (*Diario Oficial de la Federación*, 1 de julio del 1969) disponible en <http://www.cirt.com.mx/legislacionderadioyvtv.html>.

del 10 de octubre del 2002.⁷ De esta forma, el Estado mexicano cerró constitucionalmente la posibilidad de que la sociedad participara vía los espacios oficiales en la radio.

En cuarto término, derivado de todo lo anterior, y de otros factores políticos, la libertad de expresión es una garantía ciudadana muy acotada en el país. Así, según el diagnóstico preparado por la institución Reporteros Sin Fronteras (RSF) en el año 2003, “México ocupa el lugar 77 en materia de respeto a la libertad de expresión”.⁸

Y finalmente, en quinto lugar, los medios públicos, que podrían abrir otras alternativas de participación, se encuentran muy abandonados por las políticas de apoyo gubernamental y los que han llegado a una condición institucional más privilegiada no han alcanzado la naturaleza de medios de Estado, de servicio público; sino que se han convertido en canales de Gobierno que defienden propagandísticamente los intereses de los funcionarios en turno o de los grupos de poder a los que pertenecen.⁹

En síntesis, el único derecho de participación que posee la sociedad mexicana después de más de nueve décadas de existencia de la radio y más de seis décadas de presencia de la televisión en la República, es el derecho de cambiar de canal o frecuencia, o de apagar o encender la pantalla, pues de manera real, ningún otro derecho ha sido otorgado por la tradicional estructura de poder mediática nacional. En este sentido, en el ámbito de la comunicación colectiva asistimos en México a la presencia de un *Estado padrastro* que se caracterizó por no defender comunicativamente a los ciudadanos, sino sólo protege los intereses de los grandes monopolios informativos que se han consolidado en el país.

⁷ “Decreto presidencial por el que se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios de estaciones de radio y televisión el pago del impuesto”, en (*Diario Oficial de la Federación*, 10 de octubre del 2002) <http://www.cirt.com.mx/legislacionderadioytv.html>.

⁸ *La impunidad en México*, (México: Comisión Mexicana de Defensa y Promoción de los Derechos Humanos; Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2003), 45.

⁹ “Menosprecia el gobierno a medios públicos”, Periódico *Zócalo*, enero del 2003.

LA NECESIDAD DE FORMAR UN MODELO DE COMUNICACIÓN CIUDADANO

Debido al marginamiento estructural de la mayoría de la sociedad mexicana para participar dentro del sistema establecido de medios de difusión colectivos a principios del tercer milenio en la República, ésta continúa siendo sólo una comunidad receptora y no emisora de mensajes. Las únicas excepciones de participación de la ciudadanía en los medios de información colectivos se dan cuando alguno de estos sectores, por alguna circunstancia excepcional, se convierten en noticia y entonces son difundidos por los medios como las *mercancías informativas* del momento y desaparecen de las pantallas cuando dejan de ser novedosos y, en consecuencia, ya no elevan el *rating*, sin contar con ningún derecho civil para participar permanentemente para discutir en el espacio público mediático sus necesidades o problemáticas de existencia.

En otras palabras, la sociedad civil o los grupos emergentes sólo pueden participar en la programación de los medios cuando sirven de apoyo para elevar el *rating* de las empresas radiotelevisivas, pero no son considerados permanentemente dentro de las industrias culturales electrónicas como sujetos o entidades con derecho a contar con espacios constantes de información colectivos para producir corrientes de opinión y de participación social. Por consiguiente, es sólo la lógica de oportunidad económica del *rating* la que decide quién, cuándo y en qué grado participa la sociedad civil dentro de los medios y en qué momento no; y no la existencia operativa de un cuerpo jurídico de básicas garantías comunicativas ciudadanas en nuestra Constitución.

Ejemplo de ello fue la difusión de forma intensiva durante una o dos semanas que se dio en los medios electrónicos nacionales en el año 2005 sobre la existencia de grupos paupérrimos convertidos en grupos de damnificados y que salieron a la luz pública por los efectos devastadores que les provocaron los huracanes Katrina, en Nueva Orleans, EUA; Stan, en Chiapas; y Wilma en Cancún. Después fueron olvidados radicalmente por la progra-

mación de las *industrias culturales*, y nunca más se volvió a hablar de ellos en las pantallas o *diales*.

De esta manera, la vieja estructura de información colectiva no se abrió a la participación social, sino se rentó al mejor postor económico y político. Así, el modelo de comunicación-mercado y el sistema político que lo amparó, despojaron de todos los derechos ciudadanos a los auditorios y la única facultad que les dejó fue el derecho de encender o apagar la radio y televisión y de participar en su propuesta de consumo masivo permanente: los públicos se convirtieron en factores al servicio del proceso de comunicación-mercado y no la comunicación colectiva al servicio del desarrollo y humanización de los habitantes.

Esta realidad política corroboró, una vez más, que en materia comunicacional a principios del siglo XXI sí existió transición política en el país, pero no fue la transición pacífica a la democracia participativa; sino fue el cambio creciente a la súper concentración y monopolización comunicativa, que excluyó y amordazó a la población para participar en el nuevo *espacio público mediático* colectivo. En otros términos, aunque desde el año 2000 existió en la sociedad mexicana una débil transición política a la democracia, que fundamentalmente atravesó la transformación de las estructuras electorales, el cambio del Poder Legislativo, la modificación del Poder Ejecutivo, la mutación del Poder Judicial, la evolución de los partidos políticos, la pseudotransparencia gubernamental; en términos comunicativos, no existió una transición a la democracia, puesto que este proceso no penetró sustantivamente la transformación de los viejos sistemas viciados de los medios electrónicos de información colectivos, ahora disfrazados de modernos. Así, estos continúan funcionando dentro del esquema concentrador, vertical, autoritario, discrecional, hermético, monopólico, elitista, antiético, desigual, no ciudadano, opuesto al proceso de apertura, horizontalidad, pluralidad, moralidad, participación, equilibrio, igualdad, que exige el proceso de comunicación democrática que demanda el nuevo modelo de país.

Los espacios contados de “apertura” o “avance democrático” que se han dado en el modelo dominante de medios electrónicos, como fueron la introducción de los programas de debate, la inclusión de la discusión de otros temas antes vedados, los análisis críticos de coyuntura, la creación de algunos medios ciudadanos, los comentarios “atrevidos de algunos conductores de radio”, la crítica abierta a todos los poderes públicos, especialmente a Presidencia, hasta el grado de ridiculizarlos como en los programas “El Privilegio de Mandar”, “El Hueso”, “Los Peluches”; fueron excepciones informativas muy contadas que no han sido factores suficientemente contundentes para marcar un cambio sustancial de tendencia estructural del viejo modelo de comunicación autoritario en el país.

Ante este horizonte de cerrazón estatal para la democratización informativa, la sociedad mexicana se enfrentó al delicado panorama político en el que los grandes grupos no cuentan con espacios de expresión dentro de estos para expresar sus necesidades, problemáticas, demandas y soluciones. Frente a ello, se observó la tendencia creciente de que los movimientos sociales en emergencia continúen creando sus propios procesos clandestinos de comunicación, que derivarán, tarde o temprano, en la construcción de un nuevo *Estado Ampliado* paralelo al oficial, con el consecuente acrecentamiento de nuestra crisis de hegemonía nacional. Ejemplo de ello han sido el surgimiento temporal de los medios contraestatales *Televerdad*, *Radio Vampiro*, *Radio Pirata*, medios comunitarios y las intervenciones guerrilleras que se han dado a través de internet. Obviamente todas estas expresiones no pueden sobrevivir en el *espacio público*, a mediano y largo plazo, pues han sido instituciones perseguidas por el Gobierno, hasta abolirlos, destruirlos y encarcelarlos.¹⁰

¹⁰ “Radio comunitaria de Michoacán denuncia hostigamiento militar”, Periódico *Zócalo*, abril del 2003, página 19; “Pese a las hostilidades, boom de emisoras comunitarias”, Periódico *Zócalo*, abril del 2003, 18; “Miedo de la CIRT a las radios comunitarias”, Periódico *Zócalo*, enero del 2003, 20.

Debemos recordar que cuando los grupos sociales, especialmente los marginados, no tienen acceso al *espacio público* simbólico, vía los medios de información colectivos, para exponer sus necesidades e intereses, entonces toman, pacífica o violentamente, los espacios públicos físicos como las vías de comunicación materiales como son las calles, las plazas, las avenidas, las carreteras e incluso las instituciones de difusión masiva para presentar sus demandas. Por ello, podemos decir que existe una relación directamente inversa entre el grado de participación social en los canales de información colectiva y la existencia de protestas públicas: A mayor participación de los grupos sociales en los medios de información, menor grado de manifestaciones públicas; y a menor participación en los medios, mayor porcentaje de existencia de manifestaciones callejeras.

En este sentido, es muy importante puntualizar que en la medida en que las organizaciones sociales cuenten con tiempos en los medios de difusión electrónicos, se evitará la presencia de tantas manifestaciones callejeras que todos los días suceden en las principales ciudades del país y que implican pérdidas económicas, cierre de empresas y comercios, destrucción de bienes, caos vial, ingobernabilidad, anarquía urbana, irritación ciudadana, fuga de capitales, aumento del estrés y pérdida de la calidad de vida en la población. La sociedad toma permanentemente las calles del país por no tener espacios de expresión en los medios de difusión colectivos ni garantías comunicativas.¹¹

Tal control estructural de los medios electrónicos por el Estado y los poderes fácticos impidió que los grandes grupos civiles participen de forma constante y directa en la construcción de un nuevo *espacio público* que contribuya a crear otra cultura para la sobrevivencia nacional. En este sentido, debido a que no se permitió la participación de los grandes grupos o entidades fundamentales del país en los medios electrónicos, particularmente

¹¹ "Deterioro de la ley. Bloqueos, marchas y plantones", revista *Siempre*, No. 2582, (11 de diciembre del 2003).

en la televisión, tanto pública como privada, estas instituciones continúan desvinculadas del análisis sistemático de los grandes obstáculos que impiden nuestro desarrollo nacional y de la difusión constante de las posibles alternativas de solución para cada rama de nuestro crecimiento interno.

Así, por ejemplo, en el terreno comunicativo de los periodos de Vicente Fox Quesada y Felipe Calderón Hinojosa del año 2000 al 2012, en México sólo se creó como avance significativo la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, y eso fue debido a que la sociedad civil tomó la iniciativa central para proponer y hacer avanzar este proceso. En el resto de las acciones comunicativas de este Gobierno se experimentaron severos y drásticos retrocesos sociales como la renovación por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) de más de quinientas concesiones de radio y televisión sin ponerlas a concurso público; la cancelación despótica de los trabajos de la *Mesa de Diálogo Para la Reforma a los Medios Electrónicos* en la Secretaría de Gobernación; la imposición autoritaria por el Poder Ejecutivo del *Reglamento de Radio y Televisión* y el *Decreto Presidencial sobre los Tiempos Fiscales del Estado* del 10 de octubre del 2002; la toma prepotente de Canal 40 por Televisión Azteca sin intervención rápida de las autoridades; la cancelación del *Proyecto Ciudadano de Reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión* en el Senado de la República; la entrega irregular de más de doscientos concesiones de casinos a Televisa para apoyar la campaña presidencial de Santiago Creel Miranda; la persecución y cierre de diversas radios comunitarias, el intento de imposición de la “Ley Televisa”.¹²

¹² Para ampliar este aspecto consultar: Javier Esteinou Madrid, y Alma Rosa Alva de la Selva, (Coordinadores), *La Ley Televisa y la lucha por el poder en México*, (México: Editorial: Universidad Autónoma Metropolitana [UAM-X], Fundación Friedrich Ebert, Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México, Senado de la República, Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación [AMIC], Asociación Mexicana de Derecho a la Información Centro Nacional de Comunicación Social y Fundación Manuel Buendía, Colección, Teoría y Análisis: 2009).

Este control sistemático de los medios electrónicos impidió que los grandes grupos civiles participaran de forma constante y directa en la construcción de un nuevo *espacio público* que contribuyera a crear otra cultura para la sobrevivencia nacional. Así, se consolidó un modelo de comunicación altamente concentrador, que permitió que sólo unos cuantos expresaran a la mayoría sus puntos de vista y su visión del mundo. En este sentido, dichos espacios de participación funcionaron más como herramientas de control político y de legitimación del viejo Estado, y no de espacios para la creación y fortalecimiento de la democracia y la civilidad nacional.

Frente a este panorama, no se puede desconocer que es imposible edificar un gobierno moderno y avanzado sin la transformación democrática e integral de sus instituciones de cultura y medios de comunicación colectivos, ya que es a través de ellos como se realiza cotidianamente la forma principal de conducción, organización y participación colectiva en comunidad. En la fase de evolución masiva en que se encuentra la sociedad mexicana, es desde la apertura plural y ciudadanización del sistema mediático como se puede reconstruir de manera principal el tejido democrático y participativo de la sociedad.

El mecanismo central para elaborar un nuevo modelo de comunicación nacional y democratizar a los medios de información pasa necesariamente por la realización de la reforma integral del Estado mexicano. Para reformar al Estado en materia de comunicación, ciudadanizar los medios de información en México y dar, a través de estos, diversas salidas de participación a los grandes grupos sociales, se debe modificar el viejo pacto social de comunicación unilateral, hermético, obsoleto y discrecional que existió entre el Estado mexicano y los concesionarios de los medios de comunicación y que sirvió de base para consolidar durante tres cuartas partes del siglo XX al decadente régimen político anterior. Ahora, es necesario construir, mediante la reforma del Estado, una nueva relación trilateral (Estado, concesionarios y sociedad) de naturaleza abierta, democrática, justa, plural, equi-

librada e incluyente que permita que los ciudadanos participen como emisores, a través de estos, para contribuir a enriquecer el *espacio público* (espectro político-cultural) de nuestra nación, y que permita crear una cultura civilizatoria superior que nos permita sobrevivir pacífica y humanamente en nuestro país.

La transición política a la democracia requiere la substitución urgente de viejos arreglos institucionales y de acuerdos discretionales entre los grupos que detentan el poder político y al *poder mediático* en el país, para crear ahora un nuevo acuerdo nacional, con reglas jurídicas claras, que permitan que la sociedad goce de las garantías comunicativas básicas que reconoce la Constitución Política Mexicana.

La consolidación de la reforma del Estado mexicano demanda una indispensable transformación, profunda y democrática de las estructuras de información y comunicación masivas, ya que son estos espacios los que se han convertido en el *Primer Poder* contemporáneo, desde el cual se organiza, moviliza, articula y dirige, diaria y principalmente, de manera colectiva, a los habitantes de la nación.¹³ Hoy, los medios de comunicación son el esqueleto de la democracia y del *espacio público*. Debido a su peso central sobre la dirección de la nación, en una sociedad democrática los principales poderes siempre deben estar supervisados y reglamentados por el interés general de la sociedad en su conjunto y esto sólo se puede lograr conservando al Estado-ciudadano como rector nacional del bien público.

Uno de los aspectos básicos para avanzar en la reforma del Estado es la ciudadanización de los medios de información. Lo ciudadano no es una moda frívola de los tiempos de la posmodernidad occidental, sino que es una de las brújulas estratégicas por donde debe avanzar la creación de un nuevo modelo de comunicación colectiva para el siglo XXI en México.

¹³ Ikram Antaki, Foro: "Libertad de expresión y responsabilidad social", Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), México: World Trade Center, 21 de julio de 1998.

LA TRANSICIÓN POLÍTICA DEL 2000 Y EL RETROCESO COMUNICATIVO DE LA SOCIEDAD

Después de setenta años de gobiernos autoritarios, clientelistas, plutocráticos, abusivos y antidemocráticos que experimentó la sociedad mexicana con la presencia del Partido Revolucionario Institucional (PRI) durante las últimas décadas del siglo XX en México, este modelo unilateral de gobernabilidad llegó a su agotamiento político en el año 2000 y fue substituido a lo largo de 12 años por la alternancia del Partido Acción Nacional (PAN). En su gestión nacional el nuevo régimen panista prometió demagógicamente durante dos sexenios de su administración que el país evolucionaría hacia la transición pacífica a la democracia y que establecería un cambio radical en la dinámica de gobernabilidad en todos los órdenes sociales para producir mayor justicia, igualdad, seguridad y oportunidades para toda la población del país.

Para ello, el PAN realizó, primero, a lo largo de la presidencia del mandatario Vicente Fox Quesada, y segundo, de Felipe Calderón Hinojosa, diversas iniciativas de cambio para introducir las nuevas bases de la dirección participativa de los ciudadanos que cambiarían el destino de la República. Así, en el terreno de la comunicación colectiva la Secretaría de Gobernación inauguró el 5 de marzo de 2001 la *Mesa de Diálogo para la Revisión Integral de la Legislación de Medios Electrónicos*,¹⁴ cuyo objetivo, según el Secretario de Gobernación, Santiago Creel Miranda, fue “lograr en el ámbito de un absoluto respeto a las libertades –y particularmente a la libertad de expresión– una relación sana, transparente y responsable entre el Gobierno, los medios y la sociedad, para que a través de esta vincu-

¹⁴ Al respecto consultar: Javier Esteinou Madrid, “La sociedad civil en la Mesa de Diálogo”, en *Revista Mexicana de Comunicación*, No. 70, Año XIII, agosto de (2001): 3; Javier Esteinou Madrid, “El gobierno cede ante los concesionarios. Reforma de papel”, en: *Revista Etcétera*, No. 25, (noviembre de 2002): 15-20. Javier Esteinou Madrid, y Alma Rosa Alva de la Selva, “La reforma jurídica de la comunicación social y el Estado fallido en México”, *Revista Derecho a Comunicar*, No. 1, (enero-abril 2011): 98-153, disponible en: <http://www.derechoacomunicar.amedio.org.mx/pdf/num1/numero1.pdf>.

lación democrática se pudiera garantizar la certidumbre y la seguridad jurídica a gobernantes y gobernados”.¹⁵ Según el Gobierno, los acuerdos alcanzados en este espacio, se sustentarían en cinco grandes criterios: garantizar la libertad de expresión; transparentar el otorgamiento de concesiones; contribuir al afianzamiento de la unidad nacional; enriquecer nuestra cultura y educación; respetar los principios humanistas, la dignidad de la persona y la unidad de la familias; y finalmente, fortalecer las convicciones democráticas y el desarrollo armónico de la ciudadanía.¹⁶

Para elaborar el nuevo marco normativo sobre la radiodifusión, además de considerar los fundamentos constitucionales básicos y los acuerdos internacionales firmados por el Gobierno mexicano en materia de comunicación, se retomaron los análisis y las demandas, que desde 1970 se habían formulado por múltiples sectores de la sociedad civil mexicana con el fin de transformar el sistema de comunicación de la República y que sistemáticamente fueron desconocidas o postergadas durante cinco décadas por el Estado: La sociedad silenciada ahora debía hablar y participar para innovar el modelo colectivo de comunicación del país.

Sin embargo, paradójicamente después de haber trabajado durante más de 18 meses, los tres sectores sociales fundamentales para rediseñar el patrón de comunicación nacional (Estado, concesionarios y sociedad civil) en la *Mesa de Diálogo Para la Reforma Integral de los Medios de Comunicación Electrónicos*, y pese al avance de los importantes consensos que se habían alcanzado entre todos los grupos participantes; en plena fase del proceso de trabajo y de discusión de las propuestas plurales para la transformación de la radiodifusión nacional, debido a las presiones ejercidas por el

¹⁵ “Mensaje pronunciado por el Secretario de Gobernación, Santiago Creel Miranda”, Ceremonia de instalación de la Mesa de Diálogo sobre la Legislación de Medios de Electrónicos, *Mesa de Diálogo Para la Revisión Integral de la Legislación de Medios Electrónicos*, Subsecretaría de Comunicación Social, Secretaría de Gobernación, Gobierno de México, México, D.F., 5 de marzo de 2001:1, disponible en www.rtc.gob.mx/banner/provisional.html; “Instala Creel mesa para la reforma a la Ley de Radio y Televisión”, Periódico *La Jornada*, 6 de marzo de 2001: 16; y “Mesa de diálogo”, Revista *Etcétera*, No. 6 (abril de 2001): 67.

¹⁶ “Mesa de diálogo”..., 67.

poder mediático y a la debilidad gubernamental del Poder Ejecutivo que prefirió contar con el apoyo de los radiodifusores para gobernar seis años más, decidió abortar tal dinámica plural de reorientación del sistema de comunicación nacional. Así, el 10 de octubre de 2002, en la comida anual de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), el Presidente Vicente Fox renunció tajantemente a su promesa fundamental de cambio democrático y anunció autoritariamente la expedición de un nuevo *Acuerdo Presidencial sobre el Manejo del 12.5 % de los Tiempos de Estado* y un *Nuevo Reglamento para la Ley Federal de Radio y Televisión*. Dicha propuesta jurídica derogó drásticamente la anterior iniciativa plural de reforma integral de los medios electrónicos y reformó unilateralmente el marco jurídico de la radiodifusión nacional, beneficiando privilegiadamente la expansión de los intereses monopólicos y oligopólicos de la comunicación electrónica en México. Con ello, se cancelaron los derechos comunicativos elementales de los ciudadanos que habían sido demandados durante muchas décadas en México.

Esta situación regresiva, ocasionó, entre otras, las siguientes seis repercusiones para la transición pacífica a la democracia en México:

1. Se regresó al viejo y viciado esquema de negociación bilateral entre Gobierno y concesionarios para resolver la agenda de los problemas de la comunicación nacional, y se desconocieron los acuerdos trilaterales aceptados, ética y moralmente, por el Poder Ejecutivo, sociedad y los propietarios de los medios, que el gobierno del Presidente Fox, junto con otros actores sociales, se comprometieron a impulsar y a respetar desde principios de su gestión.
2. Se reglamentó de forma obscura, excluyente, autoritaria, discrecional, vertical, unilateral, hermética, amañada y mentirosa una parte medular de la Libertad de Expresión y del Derecho a la Información que son garantías ciudadanas elementales, para construir una sociedad moderna, avanzada y civilizada de México en el Siglo XXI.

3. Se desconocieron las decenas de propuestas específicas que profesionalmente la academia, la sociedad civil, los partidos y varias secretarías de Estado, propusieron durante más de un año y medio de trabajo, reflexión y discusión en las siete mesas de diálogo para la Reforma Integral de los Medios Electrónicos. Con ello, se canceló todo el esfuerzo y los acuerdos políticos que por consenso ya se habían alcanzado entre los participantes y se despreciaron las vías del diálogo entre los diversos actores sociales para reformar al Estado, premiándose al viejo autoritarismo comunicativo del siglo XX.
4. El gobierno de la “transición pacífica a la democracia” reveló que no tuvo calidad ética y moral para sostener sus compromisos públicos con la sociedad, y valor y virilidad para defender los derechos comunicativos elementales de la ciudadanía ante los voraces intereses de mercado de los grandes concesionarios de los medios electrónicos. El Gobierno burló y humilló a la sociedad que buscó medios de información para comunicarse y evitar las rupturas de la institucionalidad nacional.
5. Finalmente, con todo ello se demostró, una vez más, que no existió voluntad política de cambio en la cúpula del poder en esta materia, pues se regresó al antiguo esquema de comunicación excluyente, en el que la sociedad no quedó representada para así crear otro modelo de comunicación colectivo que nos permitiera sobrevivir; por el contrario, se continuó privilegiando el modelo de comunicación de mercado, generador de la bárbara mentalidad salvaje, con el correspondiente triunfo de la *Cultura Idiota* en el país.¹⁷
6. El Derecho de Réplica que fue demandado reiteradamente por muchos años por diversos sectores de la sociedad se re-

¹⁷ Para ampliar este panorama, consultar: Javier Esteinou Madrid, “El triunfo de la cultura idiota”, en: Revista *Etcétera*, No. 23, (septiembre de 2002): 52-54. Javier Esteinou Madrid, “Los medios de información y el triunfo de la cultura idiota”, en: Revista *Información Pública*, No. 1, Volumen II, (junio de 2004): 105-118, disponible en: www.santotomas.cl/revistainformacionpublica@santotomas.cl.

glamentó con base en los intereses de los concesionarios monopolísticos de la radiodifusión para que no fuera un obstáculo en su estructura programática, y no a partir de las necesidades básicas de los ciudadanos. En ese sentido, la sociedad continuó huérfana de esta garantía básica que conforman los derechos humanos contemporáneos.¹⁸

A través de este proceso el Poder Ejecutivo (Secretaría de Gobernación) y el Poder Legislativo fueron substituidos por la acción de Cámara de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) para elaborar dichos marcos normativos y reformar al Estado mexicano en materia comunicativa, favoreciendo a los tradicionales monopolios informativos y marginando a la sociedad civil que, con buena fe y paciencia, durante más de cuatro décadas esperó esa oportunidad histórica para modificar democráticamente la estructura de comunicación electrónica de la República.

EL PAGO DE LA TRAICIÓN GUBERNAMENTAL: EL SURGIMIENTO DE LA XEQK LA RADIO LOS CIUDADANOS EN EL IMER

Después del enorme engaño practicado por el Poder Ejecutivo en el 2002 para evitar reformar la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRyTV) que canceló el reconocimiento jurídico de las necesidades comunicativas básicas de la mayoría de la sociedad, y renovó

¹⁸ Al respecto consultar Javier de Esteinou Madrid, "Derecho de réplica y medios electrónicos en México", en: *Anuario de Investigación UAM-X 2003*, (México: Departamento de Educación y Comunicación, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco), 167-178, (Versión electrónica en CD); Javier Esteinou Madrid, "Defensa del derecho de réplica en el anteproyecto de reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión", en: *Revista Jurípolis*, año 3, Volumen 2, (diciembre de 2005): 57-68; y Javier Esteinou Madrid, "Hacia un nuevo derecho de réplica en los medios de difusión electrónicos en México", en: *Revista Información Pública*, No. 1, Volumen III, (junio de 2005): 7 - 30, disponible en www.santotomas.cl/revistainformacionpublica@santotomas.cl.

el viejo modelo de comunicación discrecional, autoritario, desigual, y vertical, practicado durante más de setenta años en el país por los concesionarios y el Gobierno; como compensación a tan cínico abuso histórico del Estado, la Secretaría de Gobernación, a cargo del Lic. Santiago Creel Miranda, creó el 27 de noviembre del 2002 la XEQK.¹⁹ La Radio de los Ciudadanos dependiente del Instituto Mexicano de la Radio (IMER). Entró en operación el 1 de abril del 2003, con 5,000 Kw de potencia en el Distrito Federal, transmitiéndose por la frecuencia radial 1350 de AM.²⁰

Con ello, el nuevo gobierno de la transición a la democracia intentó atender parcialmente “un compromiso pendiente entre el Estado Mexicano y la sociedad civil: la definición de un modelo de comunicación que promoviera la cultura democrática a través de la participación ciudadana y estimulara el conocimiento, análisis y solución de los asuntos de interés público, y que reflejara la diversidad de sectores de nuestra sociedad, permitiendo la pluralidad informativa.”²¹

Así, dicho proyecto radiofónico surgió como una emisora civil cuyas finalidades fueron

promover la cultura democrática y de participación cívica, a través de la emisión de contenidos programáticos en formatos innovadores de comunicación radiofónica que estimularan el conocimiento, análisis y solución de los asuntos de interés público.²²

¹⁹ Tradicionalmente hasta esa fase la XEQK, estación del IMER, se dedicaba fundamentalmente a difundir la hora oficial del tiempo y a transmitir publicidad oficial del Gobierno.

²⁰ Para ampliar la visión sobre la fundación y características de la Radio de los Ciudadanos consultar Javier Esteinou Madrid, (Coordinador) *La radio de los ciudadanos. A un año de su creación*, (México: IMER, SEGOB, 2004).

²¹ Héctor García Robledo, *La Radio de los Ciudadanos, Encuentro Sociedad Civil y Gobierno Federal: Hacia la Corresponsabilidad*, (México: Secretaría de Gobernación, Instituto Mexicano de la Radio (IMER) y Organismos Civiles), 1.

²² “Misión, visión y objetivos de la XEQK: La Radio de los Ciudadanos”, en: *Radio de los Ciudadanos*, Javier Esteinou Madrid (Coordinador), (México: Instituto Mexicano de la Radio, 2003), 1.

De esta forma, La Radio de los Ciudadanos desde su origen a la fecha pretendió alcanzar, entre otros, los siguientes cinco objetivos:

Contribuir al desarrollo de la cultura democrática y de la participación cívica. Abrir espacios para la libre expresión y comunicación entre los ciudadanos, en un marco de respeto a la diversidad cultural y social del país. Crear nuevas formas de diálogo entre sociedad y gobierno, sobre asuntos de interés público. Estimular la innovación en formatos y contenidos de emisión radiofónica que permitan a las organizaciones ciudadanas potenciar su contribución al país. Y modelar una alternativa de uso de la radio que promueva el desarrollo humano, económico, político, social y cultural, basado en los derechos y obligaciones que se derivan de vivir en comunidad.²³

Para lograr estos objetivos La Radio de los Ciudadanos creó, en noviembre del 2002, su propio *Consejo Ciudadano de Programación*, constituido honoríficamente por organizaciones civiles, instituciones académicas de educación superior, organizaciones políticas y ciudadanos.²⁴ Su finalidad fue

coadyuvar a que la emisora cumpla su misión de promover la cultura democrática y participación cívica, a través de la emisión de con-

²³ "Misión, visión y objetivos de la XEQK...", 1.

²⁴ El primer Consejo Consultivo de La Radio de los Ciudadanos estuvo constituido por las siguientes personalidades: Sra. Dolores Béistegui, Presidenta del Consejo; Dr. Francisco José Paoli Bolio, Comisionado para el Desarrollo Político, de la Secretaría de Gobernación; Dr. Javier Esteinou Madrid, representante del Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC); Lic. Aleida Calleja Gutiérrez, Presidenta de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias México (AMARC); Mtra. Beatriz Solís Leree (UAM-X); Mtro. Virgilio Caballero Pedraza (Comunicador independiente), Lic. Jorge Villalobos, Centro Mexicano Para la Filantropía; Dr. Vicente Arredondo Ramírez, Universidad Autónoma del Estado de Morelos (UAM); Lic. Cecilia Loría Saviñón, Directora General del Instituto Nacional de Desarrollo Social, el Lic. Elio Villaseñor Gómez, Presidente de Equipo Pueblo A. C.; y Lic. Javier Vargas Mendoza, Presidente del Consejo de la Fundación Vamos A. C.

tenidos programáticos en formatos innovadores de comunicación radiofónica que estimulen el conocimiento, análisis y solución de los asuntos de interés público.²⁵

De esta forma, el Consejo estableció los parámetros para analizar, evaluar y tomar las decisiones pertinentes para integrar la programación de la emisora en la dirección de practicar con pluralidad el Derecho a la Comunicación y la Información. “Es la sociedad civil trabajando para la sociedad civil. Propiciar esta intervención social en la forma de toma de decisiones, es una manera de cambiar el modo de hacer política en el país”.²⁶

Para conformar su barra de programación, La Radio de los Ciudadanos adoptó las siguientes 14 políticas generales de acción:

1. Incluye criterios de diversidad y pluralidad, en lo cultural, étnico, social y político.
2. Considera propuestas de organizaciones ciudadanas sobre: promoción de valores, análisis de situaciones, difusión de información sobre aspectos de democracia, desarrollo y derechos humanos.
3. Contempla un eje transversal sobre la equidad y perspectiva de género.
4. Atiende las necesidades educativas, de información y entretenimiento
5. Utiliza como criterio fundamental de asignación de horarios de transmisión la naturaleza del programa, así como el perfil de su auditorio –especialmente al inicio– posteriormente se utilizará también como criterio la cobertura alcanzada.

²⁵ “Reglamento interno de funcionamiento del Consejo de Programación de la XEQK 1350 AM: La Radio de los Ciudadanos”, en: *La Radio de los Ciudadanos*, Javier Esteinou Madrid (Coordinador), Consejo Ciudadano de Programación de la XEQK, Instituto Mexicano de la Radio, 2003.

²⁶ Santiago Creel Miranda, “Palabras del Secretario de Gobernación”, Ceremonia de Instalación del Consejo de Programación de la XEQK, Instituto Mexicano de la Radio, México, D.F. a 27 de noviembre del 2002.

6. Mantiene el conjunto de la programación el equilibrio entre los tres tipos de instancias convocadas a participar: organizaciones civiles, agrupaciones políticas, instituciones académicas.
7. Contempla los estándares de calidad, estipulados por el Consejo en los contenidos de las series o programas de las organizaciones. Lo mismo sucederá con las producciones propias de la emisora.
8. Las organizaciones garantizan el derecho de réplica y rectificación en sus programas.
9. La línea editorial de la emisora es determinada por el *Consejo de Programación* cuya conformación se rota periódicamente.
10. Incluye espacios para el debate; de servicio a la población, tales como secciones de aviso; y programas de contenido y musicales, entre otros.
11. Otorga en los contenidos periodísticos especial atención a la información relacionada con las actividades de las organizaciones ciudadanas de todo el país.
12. Equilibra los programas o series de contenido con los de entretenimiento.
13. Permite los patrocinios en los programas.
14. Realiza la medición de audiencias de la emisora para un mejor conocimiento de sus resultados efectivos.²⁷

La estructura de su programación

contempló programas de orientación y servicio con una gran variedad de temas de la agenda social, como aquellos relacionados con la equidad de género, culturas indígenas, de jóvenes en situación de calle, personas con capacidades diferentes, de la tercera edad, contenidos de educación sexual y reproductiva, programas sobre medio ambiente, además de espacios de difusión cultural y experimenta-

²⁷ "Políticas de programación para la conformación de La Radio de los Ciudadanos", en: *La Radio de los Ciudadanos...*

ción sonora. La propuesta radial se complementó con una “Cartelera Cultural”, donde los ciudadanos dan la nota; un correo de voz que difunde las invitaciones, opiniones, críticas y propuestas, también en propia voz de los ciudadanos; el “Espacio abierto”, que se constituyó en una mesa de reflexión, sobre temas de interés nacional y su programación musical que ofreció un acervo inicial de dos mil canciones, que fueron seleccionadas de diversos autores de México y de países de habla hispana, de trova, canto nuevo, tradicional, rock y música de fusión, que destacaron por su arraigo popular y calidad artística.²⁸

De esta forma, el Consejo de Programación históricamente ha sido un factor fundamental para lograr una relación horizontal entre el medio radiofónico y sus auditorios. En los últimos años dicho Consejo amplió su ámbito de influencia en el Instituto mexicano de la radio al publicar la convocatoria de la figura de mediación del IMER y elegirla por votación, previo examen de la trayectoria de las candidaturas presentadas.²⁹

A mediados del 2005,

debido al relevante servicio que brindó a la sociedad, a la creciente demanda de espacios de las organizaciones de la sociedad civil y en cumplimiento del compromiso asumido por la administración del IMER, para dotarla de un transmisor de mayor potencia de cobertura regional; la Dirección General del IMER incrementó la potencia de transmisión de *La Radio de los Ciudadanos*, pasando de 5,000 a 50,000 Kw. y su cambio a la frecuencia 660 AM, a partir de las 00:00 h., del lunes 15 de agosto de 2005. La nueva cobertura de la frecuencia 660 AM, de 415, 588 Km², abarcó una nueva zona geográfica de influencia compuesta por los siguientes diez estados de la República Mexicana: la capital del país, el Estado de México, Puebla, Morelos,

²⁸ García Robledo, “La Radio de los Ciudadanos...”, 2.

²⁹ Vicente Castellanos Cerda, “Radio ciudadana cumple diez años”, *Revista Zócalo*, Número 166, (diciembre de 2013): 54-55.

Hidalgo, Guerrero, Querétaro, Tlaxcala y algunas poblaciones de Veracruz y Oaxaca.³⁰

A través de ello, La Radio de los Ciudadanos consolidó su presencia como opción radiofónica cultural, abriendo nuevas alternativas comunicativas para los habitantes, que durante tantas décadas no tuvieron otras posibilidades de expresión en el *espacio público mediático* de la nación.

APORTACIONES DEL MODELO DE LA RADIO CIUDADANA

A lo largo de su operación, La Radio de los Ciudadanos se caracterizó por ser un nuevo modelo de comunicación, pionero de la sociedad civil con orientación de *servicio público*, que través de su programación atendió comunicativamente algunos de los principales problemas o necesidades que las comunidades consideran que se deben abordar radiofónicamente. En la corta experiencia de vida la Radio Ciudadana ha aportado, entre otras, las siguientes ocho contribuciones para apoyar la creación de un nuevo modelo de comunicación en el *espacio público mediático*:

1. Convoca a los diferentes sectores de la sociedad para fomentar en los medios de comunicación una nueva cultura de la convivencia, la pluralidad, y la diversidad ciudadana.
2. Reconoce la capacidad que tienen todas las personas de analizar, criticar, proponer y participar en la construcción de nuevos discursos y de nuevas relaciones sociales.
3. Realiza un llamado a la tolerancia y una invitación a que los radioescuchas se conviertan en activos radio-participantes, corresponsables y comprometidos con el proyecto de un país más igualitario al que aspira la sociedad mexicana.

³⁰ García Robledo “La Radio de los Ciudadanos...”, 2.

4. Impulsa el fortalecimiento de la radio pública, entendida como espacio de reflexión, diálogo y encuentro.
5. Colabora a crear en el país otro *espacio público mediático* para que otros sectores ciudadanos puedan participar colectivamente en la edificación del proceso de transición pacífica a la democracia del tercer milenio.
6. Contribuye a dismantelar la vieja estructura comunicativa del antiguo régimen político y a crear gradualmente un nuevo modelo de interacción comunicativa de la sociedad consigo misma.
7. Coadyuva a que el proceso de la democracia nacional supere la mera fase de la *“democracia formal”* de depositar el voto en las urnas cada seis años el día de las elecciones y se practique la *“democracia deliberativa”* consistente en facilitar a través de los espacios de la programación que los ciudadanos discutan públicamente a lo largo de todo el sexenio de Gobierno los temas de la agenda nacional, especialmente los que se abordan en el Congreso de la Unión.
8. Finalmente, en síntesis, lo que la Radio Ciudadana ha demostrado es que es posible crear otros modelos de comunicación en México al devolverle el habla al pueblo. Esto es, transformar los medios de difusión colectivos en verdaderos canales de comunicación y ya no sólo de información, que después de 94 años de existencia de la radio apenas se empieza a lograr este elemental objetivo constitucional en el país.

Por todo ello,

la experiencia de la Radio Ciudadana debe ser documentada y difundida como un modelo de comunicación horizontal, democrático y ciudadano. Es un claro ejemplo de la comunicación que sirve para transformar a la sociedad caracterizada por el acceso desigual a la justicia, a las oportunidades de desarrollo comunitario e individual y por la poca participación que hemos tenido los mexicanos en la

toma de decisiones de carácter público. Se trata de contrarrestar esta característica del México excluyente para dar paso a una sociedad de sólidos valores de participación ciudadana.³¹

Una democracia real no puede estar informada sólo por unos cuantos emisores, pues sería gobernar para una minoría, sino requiere la presencia plural y activa en el *espacio público* de los diversos sectores que componen esa totalidad social. Por ello, es *razón de Estado* generar en México las condiciones jurídico-políticas para que exista la pluralidad de voces, la diversidad de empresas comunicativas y la multiplicidad de empresas de difusión que nutran la conciencia colectiva de la sociedad: no se puede seguir gobernando para unos cuantos si queremos vivir en paz social.

Hay que recordar que la transición política nacional, iniciada en el año 2000, no abrió la vieja estructura de información colectiva a la participación social, sino simplemente la rentó al mejor postor económico y político. Así, el modelo de comunicación-mercado y el sistema político que lo amparó, despojaron de todos los derechos ciudadanos a los auditorios y la única facultad que les dejaron fue el derecho de encender o apagar la radio y la televisión y participar en su propuesta de consumo masivo permanente: los públicos se convirtieron en factores al servicio de la dinámica del proceso de comunicación-mercado y no de la comunicación colectiva al servicio del crecimiento de los habitantes.

Por ello, podemos decir que los medios electrónicos siguieron funcionando como cerebros colectivos, divorciados de las necesidades de nuestro cuerpo social, porque mientras vivimos cotidianamente una profunda crisis socioeconómico-política, los medios electrónicos nos orientaron a pensar, prioritariamente, en una programación basada en el cuádruple eje constituido por los espectáculos, el consumo, los deportes y la información

³¹ Castellanos, "Radio ciudadana cumple diez años" ..., 54.

light... y sólo ocasionalmente, en los casos extremos o de aperturas políticas coyunturales oportunistas, nos condujeron a reflexionar y sentir los problemas centrales de nuestra sociedad. En una idea, la problemática nacional no pasó sustantivamente por los medios electrónicos, lo cual provocó la existencia de un modelo cultural de funcionamiento esquizofrénico entre lo que difunde e inculca la programación televisiva y las necesidades o realidades que viven cotidianamente los grupos mayoritarios de la sociedad mexicana.

De aquí, la importancia central de realizar una profunda reforma del Estado para que establezca las bases normativas que permitan construir un nuevo modelo de comunicación nacional. Este eje se debe establecer para que todas las comunidades puedan expresarse y participar dentro del nuevo *espacio público mediático* que han construido los medios de difusión social en nuestro país.

¿QUÉ HACER? EL FORTALECIMIENTO DEL MODELO DE LA RADIO CIUDADANA

A diez años de la existencia La Radio de los Ciudadanos en México, esta institución ya comprobó su eficacia, riqueza, profesionalismo y ruta clara para sembrar un nuevo modelo de comunicación civil en el país. Por ello, después de una década de vida dicho esfuerzo comunicativo ciudadano no puede seguirse manteniendo más como un proyecto experimental del Estado para ejercer bajo controles de “laboratorio político” la democracia comunicativa en el país.

Ahora, es indispensable que tal prototipo cultural que demostró que la sociedad *sí* sabe comunicarse consigo misma y es capaz de plantear otros contenidos radiofónicos diferentes a los del patrón comercial privado y a los del sistema de propaganda oficial, abandone su carácter de ensayo de laboratorio social calculado y se convierta en un proyecto orgánico ampliado central del Estado-nación que abarque todas las diversas estaciones

del IMER y otras emisoras del Gobierno Federal en la república. Considerando que la “*Reforma de las Telecomunicaciones y la Competencia Económica*” ha vislumbrado constitucionalmente a la comunicación colectiva como una actividad de *servicio público*,³² es necesario que la Radio Ciudadana se eleve a rango de modelo de comunicación para el ejercicio comunicativo de la sociedad consigo misma y con otros sectores, en todas las emisoras gubernamentales del Estado mexicano, especialmente cuando éste presume haber alcanzado el grado más avanzado de su madurez democrática en toda la historia moderna del país.

Dentro de este contexto, es necesario preguntarnos, por ejemplo, ¿hasta dónde medios públicos como el Canal 11, el Canal 22, el Canal 34 Mexiquense, el OPMA, el Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPREM), medios regionales de los estados de la República, etc. que también son financiados con los impuestos de los ciudadanos, cuentan con estructuras de representación ciudadanas directas que participen en la producción de sus mensajes colectivos? ¿Hasta dónde las políticas informativas de tales medios representan las necesidades y preocupaciones medulares de los habitantes del país? ¿Hasta dónde se pueden considerar canales independientes o instrumentos propagandísticos o legitimadores del Gobierno en turno?³³

Esta realidad cobra mayor fuerza cuando constatamos que después de varias décadas de aplicación dominante del prototipo de difusión privado-comercial en México, que llegó a su culmen duopólica con la implementación del “*modelo de comunicación para los jodidos*”; éste no ha elevado la calidad de sus contenidos mediáticos, sino –al contrario– los ha degradado y empobreci-

³² Para ampliar esta realidad, consultar de Javier Esteinou Madrid, “El regreso del Estado rector”, en: Revista *Este País. Tendencias y Opiniones*, No. 265, “La Reforma en Telecomunicaciones: Una Disección”, mayo (2013): 13-18, Javier Esteinou Madrid “La reforma constitucional de las telecomunicaciones y los cambios comunicativos para el país”, en: Revista *El Cotidiano*, No. 181, (octubre de 2013): 5-16.

³³ Castellanos, “Radio ciudadana cumple diez años”..., 55.

do crecientemente hasta llegar al extremo de promover intensivamente lo banal, lo vacuo, lo vulgar, lo frívolo, lo pedestre, lo “reptil”, etc., evitando el surgimiento del modelo de comunicación inteligente del *homo sapiens* que es el que se requiere urgentemente promover en el país para impulsar el desarrollo de la sociedad. Dicha tendencia quedó doblemente demostrada con mayor contundencia cuando los sistemas de radiodifusión privados, especialmente audiovisuales, se opusieron abiertamente al fortalecimiento de la democracia en México, al intentar boicotear la *Reforma Electoral* del 2007 y al negarse abiertamente a difundir los debates presidenciales de los candidatos a la presidencia de la República en el 2012.³⁴

Con mayor razón ahora es fundamental rescatar el *modelo ciudadano de comunicación*, cuando el proceso de la digitalización comunicativa ha generado el fenómeno de la multiprogramación en las frecuencias actuales, ocasionando el surgimiento de multitud de emisores que deben llenar sus ofertas televisivas con nuevos contenidos para las cuales el modelo comercial-privado no cuenta con otras opciones diferentes de “*programación basura*” que ha practicado durante varias décadas: La estructura comunicativa del país ya no puede tolerar que el modelo comercial privado ofrezca más decadencia cultural, antidemocracia nacional y comunicación salvaje disfrazadas de “modernidad informativa”, de “avance tecnológico” o de apertura posmoderna a la comunicación globalizada.

³⁴ Para ampliar esta realidad consultar Javier Esteinou Madrid, “Telecracia vs. democracia: Las elecciones del 2012”, en: *República de Telenovela. Medios, Campañas y Elección 2012*, Carola García Calderón (Coordinadora), Autores Varios, Seminario Interdisciplinario de Comunicación e Información, *Comunicación y Política Editores*, México, D.F, febrero de 2013, páginas 93 a 124; y Javier Esteinou Madrid, “Elecciones 2012: El desafío mediático de las televisoras”, en: “*Anuario de Investigación 2012*”, Colección Anuarios de Investigación, Departamento de Educación y Comunicación, *Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco (UAM-X)*: 181-206. México, D.F., septiembre de 2013, (Versión electrónica).

Considerando:

- Que en la segunda década del siglo XXI el país cuenta con más de 116 millones de habitantes que no poseen expresión ciudadana ni en los medios privados ni en los públicos, salvo excepciones muy contadas... con los dedos de una sola mano.
- Que existen más de sesenta lenguas autóctonas, que no encuentran expresión en los *diales* comerciales y oficiales.
- Que desde la emergencia de la radio en México en 1920 hasta la fecha han surgido multitud de programas radiofónicos destinados a la difusión de los deportes, los gustos culinarios, las modas femeninas, los aspectos femeninos, los comentarios taurinos, las barras de predicciones esotéricas, las noticias de la farándula, la cultura automovilística, el arreglo estético de la imagen, el cuidado de las mascotas, los chismes de la vida del *star system*, las emisiones para adelgazar, etcétera, y sin embargo, han tenido que transcurrir 82 años y una severa traición del Estado mexicano a su promesa democratizante del sistema de comunicación nacional, para que dentro de todo el *espectro radiofónico* de más de 1,600 estaciones de radio hasta el año 2002 se creara una sola radio ciudadana en la República.
- Que los *tiempos de Estado* en radio y televisión son utilizados para que se comuniquen los partidos políticos y los órganos gubernamentales que ya cuentan con muchísimos recursos económicos e institucionales extras para transmitir su propaganda e información oficial y los ciudadanos no disponemos de un sólo segundo de los mismos para comunicarnos colectivamente entre nosotros y con las instancias del poder establecido.
- Que los ciudadanos bajo el procedimiento de los impuestos o del pago del cargo publicitario a las mercancías o servicios que se anuncian, somos quienes, en última instancia, cubrimos el costo del funcionamiento de la radio privada-comercial

- y gubernamental, sin embargo, asombrosamente, no tenemos alternativas de comunicación en la estructura radiofónica nacional.
- Que, por falta de apertura en los medios de difusión masivos, se realizan diariamente en las principales ciudades del país más de sesenta manifestaciones públicas de los habitantes, muchas de las cuales terminan tomando plazas públicas, avenidas, carreteras, oficinas de gobierno, puentes, ejes viales, segundos pisos, aeropuertos, embajadas, etc. por no contar con opciones comunicativas para dar a conocer sus problemas, demandas, necesidades.

Por todo ello, no es sostenible bajo ninguna argumentación que en la segunda década del siglo XXI el modelo radiofónico del país cuente con una sola radio ciudadana; además, que ésta cuente con potencia radial restringida para cubrir momentáneamente, y con pocos apoyos económicos, únicamente algunas ciudades del centro de la República, cuando esta situación ha sido un reclamo histórico permanente que la sociedad civil le ha manifestado al Estado durante más de cinco décadas, vía alternativas civilizadas.

Todo ello cobra mayor fuerza cuando la “Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones, la Radiodifusión y la Competencia Económica” del año 2013 definió en el Artículo 6º, constitucional, fracciones II, y III, por una parte, que

las telecomunicaciones son servicios públicos de interés general, por lo que el Estado garantizará que sean prestados en condiciones de competencia, calidad, pluralidad, cobertura universal, interconexión, convergencia, continuidad, acceso libre y sin injerencias arbitrarias.³⁵

³⁵ “Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6º, 7º, 27º, 28º, 73º, 78º 94º y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones”, *Diario*

Y, por otra parte, precisó que:

la radiodifusión es un servicio público de interés general, por lo que el Estado garantizará que sea prestado en condiciones de competencia y calidad, y brinde los beneficios de la cultura a toda la población, preservando la pluralidad y la veracidad de la información, así como el fomento de los valores de la identidad nacional, contribuyendo a los fines establecidos en el artículo 3° de esta Constitución.³⁶

Para fortalecer el avance histórico anterior, el Artículo 10° Transitorio de la *Reforma Constitucional* reforzó que:

los medios públicos que presten el servicio de radiodifusión deberán contar con independencia editorial; autonomía de gestión financiera; garantías de participación ciudadana; reglas claras para la transparencia y rendición de cuentas; defensa de sus contenidos; opciones de financiamiento; pleno acceso a tecnologías, y reglas para la expresión de diversidades ideológicas, étnicas y culturales.³⁷

Dicha transformación de la estructura jurídica en la materia colaboró a que el Estado regresara al origen de la comunicación social que la clase política intencionalmente abandonó desde hace muchos años, y que no es más que devolverle su naturaleza de *comunicación de servicio público*: única razón que puede justificar la existencia de medios de comunicación colectivos.

En esta forma, mediante dichos cambios constitucionales, la sociedad mexicana cuenta ahora con elementos jurídicos estratégicos para crear otro modelo de medios de difusión colectivos que contribuyan a crear un nuevo futuro para la nación. Con ello, se le encontró una parte de la “cuadratura al círculo” que durante más

Oficial de la Federación (DOF), No. 8, Tomo DCCXVII, (Primera parte), (11 de junio de 2013): 2.

³⁶ “Decreto por el que se reforman...”, 2.

³⁷ “Decreto por el que se reforman...”, 11.

de medio siglo la clase política se opuso a resolver, negando las principales demandas de cambio comunicativo, exigidas de múltiples maneras por los ciudadanos, con el fin de que los medios de difusión, especialmente los de Estado, terminaran de ser instituciones al servicio de los intereses del mercado o de la burocracia política; y se transformaran en organismos de *comunicación de servicio público* para impulsar el desarrollo de las comunidades.

Por todo ello, ahora que nuevamente el Partido Revolucionario Institucional (PRI) regresó a la jefatura del poder en México, después de su derrota sísmica en las urnas del año 2000, éste debe demostrar contundentemente a los ciudadanos que aprendió la lección histórica del mensaje de abominable rechazo que le envió la comunidad nacional a su vieja práctica de comunicación vertical, demagógica, manipuladora, amordazante y simuladora que ejerció durante setenta años en el siglo XX. Debido a esto, es indispensable que compruebe que retornó a la jefatura del país para superar su mezquindad histórica, respetando y fortaleciendo la democracia, especialmente comunicativa, fomentando junto con la sociedad civil organizada la creación de nuevos modelos ciudadanos de comunicación participativos, que enriquezcan los proyectos pluriculturales que la población requiere para avanzar en sus proyectos de desarrollo. De lo contrario, lo único que se confirmará será que el PRI regresó al poder para volver a imponer su política de comunicación dinosaurica que se caracterizó por ser despótica, abusiva, manipuladora y controladora, para una vez más, imponer el viejo proyecto global de gobernabilidad injusto y desigual que tanto daño ocasionó a la sociedad mexicana durante el siglo XX, y esa misma acción será nuevamente la causa de su nueva derrota histórica en el futuro cercano.

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes hemerográficas

- “Deterioro de la ley. Bloqueos, marchas y plantones”, Revista *Siempre*, No. 2582, 11 de diciembre del 2003.
- “Instala Creel mesa para la reforma a la Ley de Radio y Televisión”, Periódico *La Jornada*, 6 de marzo de 2001.
- “La Impunidad en México”, *Comisión Mexicana de Defensa y Promoción de los Derechos Humanos*, Comisión Interamericana de Derechos Humanos: México, 26 de febrero del 2003.
- “Menosprecia el gobierno a medios públicos”, Periódico *Zócalo*, enero del 2003.
- “Mesa de diálogo”, Revista *Etcétera*, No. 6m, abril de 2001).
- “Miedo de la CIRT a las radios comunitarias”, Periódico *Zócalo*, enero del 2003.
- “Pese a las hostilidades, boom de emisoras comunitarias”, periódico *Zócalo*, abril del 2003.
- “Pide José López Portillo concesión de tele, no pensión”, periódico *Reforma*, 31 de mayo del 2002.
- “Radio comunitaria de Michoacán denuncia hostigamiento militar”, periódico *Zócalo*, abril del 2003.
- “Sociedad civil al rescate”, periódico *El Universal*, 7 de marzo del 2003.

Fuentes bibliográficas

- . *La impunidad en México*. México: Comisión Mexicana de Defensa y Promoción de los Derechos Humanos; Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2003.
- ANTAKI, Ikram. Foro: “Libertad de expresión y responsabilidad social”. Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT). México: World Trade Center, 21 de julio de 1998.

- CASTELLANOS CERDA, Vicente. "Radio ciudadana cumple diez años", *Revista Zócalo*, Número 166. (Diciembre de 2013): 54-55.
- CREEL MIRANDA, Santiago, "Palabras del Secretario de Gobernación", Ceremonia de Instalación del Consejo de Programación de la XEQK, Instituto Mexicano de la Radio. 27 de noviembre del 2002.
- . "Mensaje pronunciado por el Secretario de Gobernación, Santiago Creel Miranda", Ceremonia de instalación de la Mesa de Diálogo sobre la Legislación de Medios de Electrónicos, *Mesa de Diálogo Para la Revisión Integral de la Legislación de Medios Electrónicos*, 5 de marzo de 2001. Disponible en www.rtc.gob.mx/banner/provisional.html.
- ESTEINOU MADRID, Javier (Coordinador). *La radio de los ciudadanos. A un año de su creación*. México: IMER, SEGOB, 2004.
- . (Coordinador). "Misión, visión y objetivos de la XEQK: La Radio de los Ciudadanos". En: *Radio de los Ciudadanos*. México: Instituto Mexicano de la Radio, 2003.
- . "Defensa del derecho de réplica en el anteproyecto de reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión", en: *Revista Jurídica*, año 3, Volumen 2, (diciembre de 2005): 57-68.
- . "Derecho de réplica y medios electrónicos en México". En: *Anuario de Investigación UAM-X 2003*, (México: Departamento de Educación y Comunicación, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco), 167-178, (Versión electrónica en CD).
- . "El gobierno cede ante los concesionarios. Reforma de papel". *Revista Etcétera*, No. 25, (noviembre de 2002): 15-20.
- . "El modelo de comunicación para los *jodidos*". En: *Revista Siempre*, No. 2577, 2578, 2579 y 2580, (Cuatro partes), Fundación Pagés Llergo, (2002): 20-24.
- . "El regreso del Estado rector". En: *Revista Este País. Tendencias y Opiniones*, No. 265, "La Reforma en Telecomunicaciones: Una Disección", (mayo 2013): 13-18.
- . "El triunfo de la cultura idiota". En: *Revista Etcétera*, No. 23, (septiembre de 2002): 52-54.

- . “Elecciones 2012: El desafío mediático de las televisoras”. En: *Anuario de Investigación 2012*, 181-206 México: Colección Anuarios de Investigación, Departamento de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, (2013). (Versión electrónica).
- . “Hacia un nuevo derecho de réplica en los medios de difusión electrónicos en México”, en: *Revista Información Pública*, No. 1, Volumen III, (junio de 2005): 7-30. Disponible en www.santotomas.cl/revistainformacionpublica@santotomas.cl.
- . “La reforma constitucional de las telecomunicaciones y los cambios comunicativos para el país”, en: *Revista El Cotidiano*, No. 181, (octubre de 2013): 5-16.
- . “La sociedad civil en la Mesa de Diálogo”. *Revista Mexicana de Comunicación*, No. 70, Año XIII, agosto de (2001): 3.
- . “Los medios de información y el triunfo de la cultura idiomática”. En: *Revista Información Pública*, No. 1, Volumen II, (junio de 2004): 105-118. Disponible en: www.santotomas.cl/revistainformacionpublica@santotomas.cl.
- . “Telecracia v.s democracia: Las elecciones del 2012”. En: *República de Telenovela. Medios, Campañas y Elección 2012*. Carola García Calderón (Coordinadora), Autores Varios: 93-124. México: Seminario Interdisciplinario de Comunicación e Información, Comunicación y Política Editores, 2013.
- ESTEINOU MADRID, Javier y Alma Rosa ALVA DE LA SELVA. “La reforma jurídica de la comunicación social y el Estado fallido en México”, *Revista Derecho a Comunicar*, No. 1, (enero-abril 2011): 98-153, disponible en: <http://www.derechoacomunicar.amedi.org.mx/pdf/num1/numero1.pdf>.
- . (Coordinadores). *La Ley Televisa y la lucha por el poder en México*. México: Universidad Autónoma Metropolitana [UAM-X], Fundación Friederich Ebert, Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México, Senado de la República, Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación, Asociación Mexicana

na de Investigadores de la Comunicación [AMIC], Asociación Mexicana de Derecho a la Información Centro Nacional de Comunicación Social y Fundación Manuel Buendía, Colección, Teoría y Análisis: 2009.

GARCÍA ROBLEDO, Héctor. *La Radio de los Ciudadanos, Encuentro Sociedad Civil y Gobierno Federal: Hacia la Corresponsabilidad*. México: Secretaría de Gobernación, Instituto Mexicano de la Radio (IMER) y Organismos Civiles.

Fuentes legales:

Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en materia de concesiones, permisos y contenido de las transmisiones de radio y televisión, (*Diario Oficial de la Federación*, 10 de octubre del 2002), disponible en: <http://www.cirt.com.mx/legislacionderadioytv.html>.

Ley Federal de Radio y Televisión, (*Diario Oficial de la Federación*, 19 de enero de 1996). Disponible en: <http://www.cirt.com.mx/legislacionderadioytv.html>.

“Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en Materia de Concesiones, Permisos y Contenido de las Transmisiones de Radio y Televisión”, (*Diario Oficial de la Federación*, 10 de octubre del 2002). Disponible en <http://www.cirt.com.mx/legislacionderadioytv.html>.

“Acuerdo de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para el uso oficial del 12.5 % en radio y televisión”, (*Diario Oficial de la Federación*, 1 de julio del 1969). Disponible en: <http://www.cirt.com.mx/legislacionderadioytv.html>.

“Decreto presidencial por el que se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios de estaciones de radio y televisión el pago del impuesto”, en (*Diario Oficial de la Federación*, 10 de octubre del 2002). Disponible en: <http://www.cirt.com.mx/legislacionderadioytv.html>.

- “Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6°, 7°, 27°, 28°, 73°, 78° 94° y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones”. *Diario Oficial de la Federación (DOF)*, No, 8, Tomo DCCXVII, Primera parte, (11 de junio de 2013): 2.
- “Reglamento interno de funcionamiento del Consejo de Programación de la XEQK 1350 AM: La Radio de los Ciudadanos”, en: *La Radio de los Ciudadanos*, Javier Esteinou Madrid (Coordinador), Consejo Ciudadano de Programación de la XEQK, Instituto Mexicano de la Radio, (2003).

LA SOCIEDAD CIVIL Y LA RADIO CIUDADANA

Alma Rosa ALVA DE LA SELVA*

En la trayectoria de la participación ciudadana en los medios, la XEDTL marcó una significativa y duradera experiencia. Son diez años de existencia de una emisora tan singular, resultantes de un camino arduo –que viene de tiempo atrás– y sobre el cual conviene realizar algunas reflexiones que permitirán aquilatar lo conseguido hasta la fecha y tener claros los faltantes.

En los últimos años se ha registrado un ascenso de la participación como una práctica ciudadana incorporada en diferentes escenarios de la vida pública. Se trata de un fenómeno complejo, por estar relacionado con el camino hacia la democracia en el país y que, por tanto, remite claramente a los movimientos de acción colectiva organizada surgidos a partir de 1968, por medio de los cuales varios sectores sociales se involucraron en la vida política nacional.

Ese proceso tendría un recorrido azaroso en los últimos años del Siglo XX. Luego del episodio del 2 de octubre de aquel año y

* Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

los sucesos de 1971, en los setenta hubo cambios considerables a nivel del sistema político. Tras los violentos sucesos del 10 de junio, los liderazgos de los movimientos sociales que estaban al margen del partido en el poder se encontraron ante la disyuntiva de continuar impulsando cambios y reformas a través de la organización y movilizaciones sociales o canalizarlos por rutas no institucionales. Fue así como algunos de ellos optaron por la primera opción, en tanto otros siguieron la de la guerrilla. Sin embargo, se dio también el caso de liderazgos que fueron incorporados a los mecanismos de control e información gubernamentales.

En la segunda mitad de los setenta tuvieron lugar importantes cambios, con el impulso, desde el propio Gobierno, de la Reforma Política Federal. El énfasis de la reforma estaba en canalizar la movilización social hacia la participación electoral, donde continuaba prevaleciendo un partido hegemónico, el Partido Revolucionario Institucional (PRI).

Sin embargo, años después se produciría la que puede considerarse como la experiencia más cercana a las pautas actuales, a partir de las cuales es posible explicar el ascenso de la participación de la sociedad civil: la reacción de los habitantes de la Ciudad de México ante el sismo del 19 de septiembre de 1985.

Ese hecho, que en un primer momento puede entenderse como un acontecimiento meramente local, en realidad ofreció:

una caracterización del estado en que se encontraban las relaciones entre la sociedad y el poder político, al tiempo que ejemplificaba cómo, frente a la organización social gestada ante la parálisis gubernamental, un sector de los medios de comunicación optó por acompañar la participación de los ciudadanos, dando cuenta al resto del país respecto a la situación prevaleciente y las demandas de los ciudadanos que no eran atendidas por las autoridades.¹

¹ Alma Rosa Alva de la Selva y Alberto Carrera Portugal, “Sociedad civil, Participación y Comunicación”, en Aimée Vega (comp.), *La comunicación en México. Una agenda de investigación*, (México: Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación [AMIC]), 2009), 250.

En este punto, vale resaltar el papel desempeñado por la radio, desde una perspectiva de servicio público. En una faceta del medio ciertamente inédita para la población, las diferentes emisoras del Distrito Federal (incluso las estaciones llamadas “comerciales”), además de realizar una intensa labor informativa, se pusieron a la orden de las actividades de rescate, localización de personas y acopio de víveres organizadas por la ciudadanía.

Con transmisiones continuas a lo largo de varios días, la radio fue el inesperado instrumento de grupos de auxilio y rescate, además de servir de enlace entre quienes solicitaban ayuda y quienes podían proporcionarla. Los micrófonos se abrieron a los ciudadanos como nunca antes. En esos días, la radio reveló sus grandes posibilidades de vincularse con la sociedad, al tiempo que ésta descubría la potencialidad del medio en una perspectiva de servicio público.

El papel cumplido por la radio apoyando la organización ciudadana ante el desastre no quedó ahí. Su vinculación con la sociedad se produjo también en términos de hacer visible las deficiencias de las autoridades en la atención de los damnificados. Así, esa situación de emergencia fue un importante motivo para que la ciudadanía tomara conciencia de la importancia de participar en los medios de comunicación y mirara de forma distinta a la radio.

Luego de esa efímera experiencia, un amplio sector de los habitantes de la Ciudad de México tomaría distancia de las políticas impulsadas desde la Presidencia de la República y del PRI, tendencia que se ratifica en la elección del Jefe de Gobierno en 1997.

Los años siguientes fueron el espacio de varios procesos electorales competidos y controversiales, por la gubernatura de Chihuahua, en 1986 y la presidencial en 1988, así como el primer triunfo de un gobernador surgido de las filas de la oposición en Baja California en 1989. Otro suceso importante se registró luego del conflicto poselectoral de San Luis Potosí en 1991, momento en el cual Salvador Nava encabezó una caravana por la democracia en el país.

Esos procesos electorales, al lado de los de Guanajuato (1991), Tabasco (1994) y Yucatán (1995), resaltaron la importancia que había tomado la participación electoral, así como de “ciudadanizar” tanto los procesos como las instituciones electorales. Fue así como a lo largo de esa década fue posible apreciar en la vida política del país:

una correlación entre la capacidad de movilización social (con temas, demandas, organizaciones y movilizaciones) y el acompañamiento o corrimiento hacia la democratización de la esfera pública que se registró en un sector de los medios de comunicación.²

En ese contexto surgieron varias experiencias de comunicación que apuntaron a un margen más amplio en cuanto a libertad de información. Algunas de ellas tuvieron lugar en los medios impresos y otras en el medio hertziano, incluso en su vertiente comercial, donde se vivió una relativa apertura política, con debate y análisis sobre temas hasta entonces poco abordados.

Tal fue el caso de *Monitor*, un programa que además introdujo los programas noticiosos de larga duración con una cobertura que fue ganando credibilidad, tanto por su impulso al debate y discusión de temas de la vida política nacional, como por formular una agenda ciudadana de manera mucho más cercana que como lo hacían otros medios.

Fue particularmente significativo el proyecto generado en esa emisora a fines de los setenta como una “red de servicios” para los ciudadanos. Esa propuesta, llamada “Monitor su contacto”, se propuso dar seguimiento a las quejas que *la ciudadanía* manifestaba en sus llamadas. A partir de ello, la estación reforzó el contacto con las instancias oficiales de los casos, es decir, remitía a las autoridades correspondientes las quejas reportadas a los teléfonos de la emisora por los ciudadanos. Era una suerte de

² Alva, “Sociedad civil...”, 250.

“radio de servicio” que se denominó en un inicio “ServiRed su Contacto”, para, en su última etapa, cambiar su nombre por el de “Monitor su contacto”.

Esa etapa fue espacio de otro importante episodio en el tema que nos ocupa, también dentro de la radio comercial; fue una propuesta que tuvo como escenario inicial el programa impulsado y conducido por Francisco Huerta: *Inocente o Culpable*; una emisión lanzada al aire en 1976 donde el periodista cedía el micrófono a hombres y mujeres confinados en cárceles del país, quienes sufrían procesos con múltiples irregularidades. Luego de que ese programa fue expulsado del aire en repetidas ocasiones surgió *Voz Pública*, cuyo concepto de “periodismo ciudadano” refrescó un cuadrante en donde escaseaban los puntos de vista críticos y sobre todo donde la gran ausente era la ciudadanía. El programa de Huerta habría de convertirse en una emisión itinerante, por la necesidad del periodista de emigrar de grupos radiofónicos a los cuales la participación de los escuchas, entendidos más como ciudadanos que como consumidores, les resultaba extraña e incómoda (entre otras emisoras, el programa se transmitió en la XEW y Radio Fórmula).

Varios episodios de esta experiencia fueron registrados por el propio Francisco Huerta en su conocido texto *Mordaza a la opinión pública*, publicado en 1982.

Cabe hacer notar un rasgo que comenzó a esbozarse en el funcionamiento de algunas emisoras y programas de radio del país, en el sentido de incorporar temas o asuntos de la agenda planteada por la sociedad civil.

Aun en medio de una crisis económica que opacaba el supuesto paso hacia la transición democrática, la apertura, en correspondencia con una movilización social que ganó mayor visibilidad se comenzó a rebasar el esquema corporativo de mediación partidista, como canal para el desahogo de las demandas. Éstas se habían acrecentado como resultado del deterioro de la economía y la secuela de devaluaciones que culminaron, en los hechos, con

la quiebra de la economía nacional: el llamado “error de diciembre”, en 1994.

La trayectoria arriba descrita –en términos por demás generales– hace ver que, aun en los momentos en que se desplegó el autoritarismo, la movilización y articulación ciudadanas fueron posibles sin transformaciones de fondo en los medios de comunicación, mismos que continuaron funcionando de acuerdo a los esquemas convencionales. No obstante, es claro que “no hubiese sido posible presenciar lo contrario, es decir, apertura de medios, sin movilización social”.³

Así pues, la apertura y libertad de información y expresión que desplegarían ciertos sectores de la radio a partir de los noventa es resultante de un largo proceso de participación y movilización de la sociedad civil. Sin embargo, mantenerse en ese tenor no ha sido fácil, dado que han sido muchos los obstáculos políticos colocados para frenar varios de esos proyectos, sin que la sociedad organizada haya podido activar mecanismos eficaces para respaldarlos e impedir los asedios, la censura u otras acciones, que incluso han motivado el cierre de algunos de esos proyectos. Por ejemplo, en medios impresos se dio el llamado “Golpe a Excelsior”, por otra parte, están las presiones continuas en contra de la emisión radiofónica “Voz Pública” o la oposición al debate político desplegado por el noticiario de larga duración *Monitor* que, como se sabe, llegó a poner el proyecto de la empresa *Infored* al punto de su extinción.

En esos y otros casos donde estuvieron en juego el la libertad de prensa o el derecho a la información no han surgido acciones de respuesta y organización de la sociedad civil que logren defender esos espacios y preservarlos en el cuadrante radiofónico, salvo en tanto radioescuchas o audiencias que manifiestan sus preferencias. Éste ha sido un déficit que resulta crucial de solventar para el avance de un modelo de comunicación que ha buscado abrirse paso azarosamente en los medios electrónicos del país.

³ De la Selva, “Sociedad civil...”, 250.

Un obstáculo de alcance para el desarrollo de medios ciudadanos ha sido, desde luego, el modelo comunicacional que ha seguido el país, con estructuras de concentración, y explotación en beneficio de un reducido grupo de empresarios. Si en los orígenes de la radio ésta se presentó con una pluralidad de participantes, ese repertorio se redujo crecientemente, hasta llegar en nuestros días a un esquema oligopólico donde dominan unas cuantas empresas. La relación simbiótica entre la clase política estatal y los industriales, tejida a lo largo de décadas, desalentaría en los inicios la participación de otros sujetos sociales, para después hacer posible la consolidación de ese modelo.

Una parte importante de esos acuerdos entre los actores políticos y los industriales ha sido el marco legal para el funcionamiento del sector.

En ese tema los avances han sido escasos pues, como se sabe, luego de largos años de presencia en foros y consultas públicas, las organizaciones de la sociedad civil, convocadas por el gobierno de Vicente Fox, llegaron a una mesa de diálogo para discutir y revisar los puntos fundamentales y el sentido del proyecto de una supuesta nueva ley a formularse, la cual tomaría en cuenta tales propuestas. Sin embargo, como se conoció después, existía otro proyecto que esa administración gubernamental había venido formulando conjuntamente con los industriales, en paralelo a la mesa de diálogo. Este hecho, así como los evidentes acuerdos y prebendas del régimen foxista hacia los industriales (sobre todo, la sustantiva reducción del denominado “tiempo fiscal”) echaron por tierra la credibilidad de las organizaciones de la sociedad civil en ese proceso.

Justo antes de que ese proyecto legislativo (conocido, por su evidente origen, como la “Ley Televisa”) fuese enviado al Congreso, el Instituto Mexicano de la Radio impulsó la creación de una radio ciudadana. Surgida de una coyuntura política singular, se inauguraba así una modalidad distinta en el cuadrante nacional y, con ello, comenzaba una trayectoria que habría de enfrentar importantes retos y desafíos.

Con la frecuencia XEQK y los 1350 de AM como sede original, esa emisora destacó en el *dial* desde sus primeros días por razones varias. La primera, la de funcionar con micrófonos abiertos para transmitir contenidos elegidos por distintas organizaciones civiles, con un ejercicio amplio de la libertad de expresión.

Llamó poderosamente la atención en ese momento, como también ocurre ahora, la variedad temática presente en la emisora, que desde entonces contrasta con el resto del cuadrante por los asuntos ahí abordados, y que van desde los políticos hasta las problemáticas de género, pasando por los derechos humanos, la religión y el análisis del funcionamiento de los medios, entre muchos otros.

Otra de las características de la estación, antes inédita en la radio del país, ha sido la creación y puesta en marcha de un órgano interno con importantes atribuciones: el Consejo de Programación. Integrado por representantes de organizaciones civiles, el consejo no tiene precedente en el sector radiofónico mexicano, en tanto presencia viva de la sociedad civil. No menos importante resulta su característica de esquemas operativos para la emisora, que ha buscado dejar las actividades de producción en manos de los grupos ciudadanos, con los problemas y logros que ello conlleva.

Un hecho más que proyectó a la XEQK como una experiencia nueva en México fue, sin duda, el proceso encaminado a la generación de contenidos. Apenas fundada la Radio Ciudadana, el IMER lanzó una convocatoria para que agrupaciones sociales presentaran sus propuestas. Luego de la revisión de una comisión dictaminadora independiente, los proyectos seleccionados se integraron a la carta programática de la estación. La emisora tuvo sus primeras transmisiones el 1 de abril del 2003.

Sin embargo, los tiempos por venir no han sido del todo favorables a una estación comprometida con el interés ciudadano. Por ejemplo, en marzo del 2010, con la creación del Organismo Promotor de Medios Audiovisuales (OPMA) surgieron inquietudes por su libertad editorial y la supervivencia de su modelo. Esa

instancia, adscrita a la Secretaría de Gobernación y la cual, de acuerdo con el decreto de su creación tiene como fin “informar a la ciudadanía sobre programas y acciones gubernamentales que resulten del interés público” (para lo cual, de acuerdo con el mismo decreto, podrá contar con sus propias estaciones de radio y canales de televisión) dio lugar a preocupaciones sobre las posibilidades de que se ejerciese control sobre los medios del Estado.

Sin duda, un escollo importante para el desarrollo de un proyecto de medios ciudadanos ha sido históricamente, y continúa siendo, el proyecto que subyace en el régimen legal, y que ha favorecido al interés de los medios privados.

En el 2013, la Reforma Constitucional de Telecomunicaciones parecía abrir una etapa nueva para la llamada *radio pública*. En efecto, en el marco de los acuerdos políticos del “Pacto por México” –cuyo objetivo central era del de lograr consumir las “reformas estructurales” requeridas para que el país siguiese en el esquema económico instaurado hace años, en el marco de las reestructuraciones del capitalismo avanzado– se impulsaron modificaciones a la Carta Magna, con el tema de la apertura a la competencia como piedra angular. Sin embargo, entre los tintes sociales que contienen tales modificaciones constitucionales, se establecieron algunas normas que parecieron introducir un “antes y después” para los llamados medios públicos.

Por principio de cuentas, en el artículo 6º constitucional se estableció la creación del Sistema Público de Radiodifusión de México, organismo público descentralizado, cuyo objeto será el de proveer el servicio de radiodifusión sin fines de lucro, a efecto de asegurar la mayor audiencia posible para contenidos que, entre otros criterios, promuevan la integración nacional, la formación educativa, cultural y cívica, y den espacios para la expresión de la diversidad y la pluralidad de ideas y opiniones que generen el fortalecimiento de la vida democrática nacional.

Asimismo, en sus artículos transitorios, la Reforma Constitucional señaló que “los medios públicos que presten el servicio

de radiodifusión deberán contar con independencia editorial; autonomía de gestión financiera; garantías de participación ciudadana; reglas claras para la transparencia y rendición de cuentas; defensa de sus contenidos; opciones de financiamiento; pleno acceso a tecnologías y reglas para la expresión de diversidades ideológicas, étnicas y culturales”.⁴

Aparentemente dicha prescripción constitucional apuntaba a rebasar el funcionamiento convencional de esos medios, en la mayoría de los casos identificados con medios gubernamentales y, por tanto, lejanos del interés público.

Sin embargo, como se sabe, en marzo del 2014 el Poder Ejecutivo envió al Senado de la República una iniciativa de ley para radiodifusión y telecomunicaciones, donde los principios fundamentales sobre el tema, establecidos en la Constitución, no sólo no fueron desarrollados, sino que incluso fueron ignorados, omitidos o transgredidos. Así, por ejemplo, el Sistema Público de Radiodifusión de México apareció en ese proyecto legal subordinado a la Secretaría de Gobernación, mientras que el régimen de *concesión única*, establecido a nivel constitucional, se presentó como un proceso difícil e incluso inalcanzable en ocasiones para los *concesionarios públicos* (medios públicos) y los de tipo social (comunitarios e indígenas), y sin salidas para contar con sustentabilidad financiera. No se consideró tampoco el desarrollo de este sector de cara a la convergencia y los espacios digitales emergentes.

Entre otras muchas implicaciones, esa propuesta de ley fue la constatación de los obstáculos que, en el terreno legal, se imponen a las experiencias de medios con fines distintos al lucrativo.

⁴ “Decreto por el que se Reforman y Adicionan Diversas Disposiciones de los artículos 6, 7, 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en Materia de Telecomunicaciones, Artículo Décimo Transitorio, (*Diario Oficial de la Federación*, 11 de junio del 2014).

CONCLUSIONES

Cabe reconocer que, si bien existe un largo camino andado que ha permitido contar con significativas experiencias de participación de la sociedad civil en los medios en general, y en la radio en particular, el sostenimiento de espacios de apertura, y más aún, de los medios gestionados desde la sociedad civil, se mantiene como una de las más importantes asignaturas pendientes del proceso de aprendizaje y activación de las prácticas ciudadanas con relación a los medios de comunicación.

Otra de ellas, no menos trascendente por su repercusión en el campo de los medios electrónicos, se encuentra en la insuficiencia de la sociedad civil en México para convertirse en un factor de contrapeso frente a los intereses de los industriales radiofónicos y televisivos, cuyos vínculos con el sistema político y estatal les ha permitido influir en la formulación de un marco legal donde el interés público y la participación social no tienen cabida.

No son estos los únicos desafíos que se presentan a la Radio Ciudadana en los tiempos que corren. A nivel de su tarea cotidiana, esta singular emisora habrá de seguir en su exploración de temas y modalidades de producción que la llamada radio comercial ha desatendido, pero que resultan de indudable repercusión social. Está también, por supuesto, el compromiso permanente de mantener y aun ampliar la diversidad de los emisores que se expresan a través de sus micrófonos, como también de los asuntos que abordan, todo lo cual ha dotado a la emisora de un sello distintivo.

Otro importante reto para la Radio Ciudadana radica en el tema de la calidad, entendida, por ejemplo, como la diversidad de datos o la exploración de formatos, lenguajes, presencias o interpretaciones que enriquezcan la visión de sus audiencias, más que en términos estrictamente estéticos. Sin duda, lograr conjuntar en el micrófono un entorno cotidiano de calidad y profesionalización crecientes con las expresiones alternativas o experimentales es, además de tarea necesaria, un constante desafío, en medio de un

quehacer radiofónico donde impera la rentabilidad como criterio predominante.

Quizás sólo emisoras como la Radio Ciudadana sean el espacio posible para buscar nuevas formas de hacer radio, que en otras etapas sólo cumplieron algunas estaciones de gran capacidad.

No concluyen ahí, sin embargo, las tareas pendientes para una radio con una agenda ciudadana. Está también la posibilidad de estimular las reflexiones en torno a la comunicación para el desarrollo, esa gran vertiente donde cabe documentar casos y experiencias en los cuales la comunicación ha sido empleada como una herramienta para el avance comunitario. Se trata de un tema por demás relevante, pero poco abordado y que, además de su propia utilidad, puede ayudar al reforzamiento de los vínculos con la ciudadanía. Vale mencionar asimismo el tema de la información que, planteada desde una óptica ciudadana, puede resultar reveladora al visibilizar asuntos que se pierden en la agenda mediática general.

Un punto más de reflexión es el repensar el proyecto de una emisora comprometida con el interés público a la luz de los nuevos escenarios digitales. Potenciar a Radio Ciudadana a partir de los recursos que pueden desplegarse en el contexto de la convergencia es un tema de obligada revisión para un espacio radiofónico apegado al interés público. Como señalara hace tiempo José Antonio Paoli Belio, la tarea fundamental de Radio Ciudadana es la llegar a convertirse

en un espacio de construcción de lo público y del *empowerment* (empoderamiento) ciudadano [...] debe ser un sitio decisivo de inscripción de la nueva ciudadanía, debido a que los espacios para la expresión y manifestación de los individuos, así como aquéllos para el intercambio político, social, cultural e intelectual son de enorme relevancia para el enriquecimiento ciudadano y para el desarrollo de la cohesión y el capital social.⁵

⁵ Francisco Paoli Bolio, "La Radio como Espacio Público Ciudadano", en *La radio de los ciudadanos. A un año de su creación*, (México: IMER, SEGOB, 2004), 11.

Bien sabemos que esos y otros retos que se le presentan a la XEDTL no son en absoluto tareas fáciles, a partir del propio contexto político, económico y legal en el que se desenvuelve tan singular emisora. Pero reconociendo que se trata de arduas tareas, en paralelo puede decirse que, ante las necesidades de transformación del país, esas y otras labores resultan más indispensables que nunca si deseamos un México distinto al que estamos viviendo.

BIBLIOGRAFÍA

ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa y Alberto Portugal Carrera. “Sociedad Civil, Participación y Comunicación”, en Vega Montiel, Aimée, *La comunicación en México. Una agenda de investigación*, 245-266. México: UNAM, 2009.

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes / Radio Educación. *Memorias de la 8ª Bienal Internacional de Radio*. México, 2011.

HUERTA, Francisco. *Mordaza a la opinión pública*. México: Editorial Universo, 1982.

PAOLI BOLIO, Francisco. “La Radio como Espacio Público Ciudadano”. En *La radio de los ciudadanos. A un año de su creación*. México: IMER, SEGOB, 2004.

Fuentes legales

“Decreto por el que se Reforman y Adicionan Diversas Disposiciones de los artículos 6, 7, 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en Materia de Telecomunicaciones, Artículo Décimo Transitorio, (*Diario Oficial de la Federación*, 11 de junio del 2014).

MEDIOS DE COMUNICACIÓN, CIUDADANÍA Y PARTICIPACIÓN. ALGUNOS ACERCAMIENTOS TEÓRICOS Y CONCEPTUALES PARA PENSAR LA RADIO CIUDADANA

Marta RIZO GARCÍA*

INTRODUCCIÓN

Desde hace varias décadas, el campo de la comunicación ha reflexionado en torno a la relación entre los medios y la participación ciudadana. El concepto de comunicación masiva, ya obsoleto según la perspectiva de muchos autores, parece no ofrecer una explicación suficiente para abordar las nuevas formas de construcción colectiva de los contenidos de los medios. Si bien es cierto que México aún está compuesto por una población consumidora de medios tradicionales como la televisión y la radio, y en menor medida la prensa, y que el consumo de los medios, aunque activo, sigue siendo bastante unidireccional, son cada vez más los ejemplos de apuestas mediáticas que tratan de favorecer

* Universidad Autónoma de Ciudad de México.

la participación e implicación activa de los públicos, no sólo como consumidores, sino también como productores de contenidos. El proyecto de Radio Ciudadana, del Instituto Mexicano de la Radio, es un claro ejemplo de ello. En este texto se presentan algunas ideas para debatir los alcances del modelo participativo que propone Radio Ciudadana. En un primer momento, se plantean algunas ideas teóricas y conceptuales que puedan guiar la reflexión en torno al binomio Medios-Participación ciudadana; posteriormente se propone una lectura de la apuesta de Radio Ciudadana a la luz de las aproximaciones teóricas previas; finalmente, se plantean algunos elementos para continuar el debate en torno al alcance de estas propuestas de medios de comunicación que tienen como eje la participación del público en tanto generador de contenidos programáticos.

MEDIOS, DEMOCRACIA Y CIUDADANÍA: EXPLORACIONES TEÓRICAS Y CONCEPTUALES

La discusión sobre la participación ciudadana es ineludible en cualquier sistema democrático. Hay muchos ejemplos, nacionales e internacionales, de impulso a la participación ciudadana en la aplicación de políticas públicas en distintos niveles de gobierno. La mayoría de literatura sobre la participación ciudadana –casi siempre vinculada con las tomas de decisiones en el ámbito de la política– acentúa que los programas y proyectos que se realizan con base en ella tienen muchas ventajas; entre otras, ayudan a la equidad, a la eficiencia y a la sustentabilidad de las políticas públicas.

En el campo de la comunicación ha habido varios aportes teóricos y conceptuales para pensar la relación entre los medios y la ciudadanía; dicha relación, se enmarca dentro del vínculo mayor entre medios y democracia. Ya hace varias décadas, Blumler afirmaba que “la democracia es la única forma de régimen cuya legi-

timación implica necesariamente la comunicación”.¹ Esta idea es ampliamente aceptada en los aportes académicos sobre el tema. Como botón de muestra, veamos las siguientes dos afirmaciones: por un lado, Tucho afirma que “hoy en día no se pueden entender nuestras democracias representativas sin el papel que la comunicación en general y los medios en particular desempeñan en ella”;² por el otro, a decir de Trejo Delarbre,

los medios de comunicación son palancas, pero también obstáculos para la democracia. Allí se expresan todos aquellos que aspiran a influir en la vida pública, pero en los medios además se encuentran algunas de las principales limitaciones a la diversidad y la libertad de expresión.³

Una mejor calidad de los sistemas mediáticos puede asegurar una democracia más consolidada. Pero la calidad es un término equívoco, intangible, y como tal, es difícilmente medible. Lo que sí está claro es que el pluralismo en términos de contenido de los medios o el acceso equitativo a la información, entre otros aspectos, son pilares de un buen sistema democrático. También está claro que, pese a que se ha avanzado notablemente en esta materia, aún sigue habiendo brechas importantes que impiden una auténtica democratización de la información y la comunicación.

En el contexto actual de crisis de la democracia, los medios tienen mucho que hacer y, sobre todo, los medios públicos. Para Javier Esteinou, los medios públicos deben “1) fomentar la participa-

¹ J. G. Blumler, “Election communication and the democratic political system”, editado por D. L. Paletz, *Political communication research. Approaches, studies, assessments*, (Norwood [Nueva Jersey]: Ablex Publishing Corporation, 1987), 167-175.

² Fernando Tucho, “La Educación en Comunicación como eje de una Educación para la Ciudadanía”, en revista *Comunicar*, Núm. 26, Enero (2006). Disponible en <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1268/b15280111.pdf?sequence=1>.

³ Raúl Trejo Delarbre, “Medios y democracia”, en *La agenda de la democracia en México*, editado por Calva José Luis. (México: Casa Juan Pablos, Consejo Nacional de Universitarios, 2012), 1.

ción comunitaria y el beneficio social colectivo, y 2) promover la creación de una cultura ciudadana”.⁴ Las características anteriores se enmarcan en la propia concepción de la noción “servicio público”. A decir de Castellanos, esta noción “obliga al medio a hacer explícito su contrato de comunicación con los radioescuchas en términos de la calidad de sus contenidos, la transparencia en el uso de recursos públicos y en la rendición de cuentas”.⁵ Posteriormente regresaremos a esta discusión en torno al papel que un medio de servicio público específico, en este caso Radio Ciudadana, tiene en la conformación de ciudadanía.

Es indudable, en la actualidad, la proliferación y consolidación de las tecnologías digitales, y en este escenario son muchas las reflexiones en torno al papel que éstas cumplen en los sistemas democráticos. Algunos autores consideran que

las NTIC, y sobre todo internet, están propiciando la transformación de la esfera pública democrática desde el momento en que su apropiación social (los usos que se hacen de esas tecnologías) permite instaurar nuevas formas de interacción comunicativa entre los sujetos que concurren en ese espacio de intercambio simbólico (partidos políticos, medios informativos y ciudadanos).⁶

Se habla, incluso, de la “democracia digital”, esto es, del uso de las tecnologías de información y comunicación para el fortalecimiento de la ciudadanía.⁷ Una ciudadanía que quiere interpelar y deliberar, y que debe tener derecho a ello.

⁴ Javier Esteinou citado en Vicente Castellanos, “Interculturalidad y radio de servicio público. Hacia un modelo de comunicación”, en *Culturas en comunicación. Entre la vocación intercultural y las tecnologías de información*, editado por Cornejo, Inés y Guadarrama, Luis Alfonso (México: Editorial Tintable, 2013), 73.

⁵ Castellanos, “Interculturalidad y radio...”, 95.

⁶ M. Martínez Nicolás; F. Tucho; J. M. García, “Democracia digital: nuevos medios y participación ciudadana. Experiencias en la red de la población inmigrante en España”, en *Portularia*, Vol. V, Núm. 2, (2005).

⁷ Cfr. Martínez Nicolás *et al*, “Democracia...”, 25.

Pero el panorama no es muy alentador, al menos en México –y me atrevería a decir que en la mayoría de países–. Y no lo es porque el sistema mediático sigue concentrado en pocas manos, y como afirma Raúl Trejo Delarbre, “mientras mayor es el acaparamiento de muchos medios en pocas manos, menor resulta la flexibilidad, la hospitalidad y desde luego la amplitud del territorio público”.⁸

En otro orden de ideas, el concepto mismo de participación ciudadana es aún confuso y está sujeto a múltiples interpretaciones. El debate sobre ella:

en el ejercicio y el control del gobierno constituye un terreno complejo y políticamente confuso en el México contemporáneo [...] La confusión se ha acentuado en tiempos recientes con la popularización de conceptos relacionados con la participación, como transparencia y rendición de cuentas”.⁹

Según el autor hay dos modos generales de concebir la participación ciudadana: desde un primer punto de vista, “el proyecto neoliberal necesita de la participación, concibiéndola como un instrumento o mecanismo que permite la mejora administrativa y procesual de la política pública”¹⁰ mientras que desde otro proyecto político, que el autor denomina democrático-participativo:

la participación es vista como el eje de una práctica de la política que permite a los ciudadanos intervenir en los asuntos de interés colectivo a través de la creación de espacios públicos donde no sólo

⁸ Trejo Delarbre, “Medios y democracia...”, 20.

⁹ Alberto J. Olvera, *La participación ciudadana y sus retos en México. Un breve estudio del desarrollo de la cultura y de las instituciones participativas y diagnóstico de su problemática actual, con propuestas para hacer funcionales las instancias de participación democrática*, (2009), 2. Disponible en http://www.gobernacion.gob.mx/work/models/SEGOB/Resource/946/4/images/b/Olvera_Entregable_2.pdf.

¹⁰ Olvera, *La participación ciudadana...*, 2.

se debaten, sino que se deciden y vigilan, las políticas públicas de los diferentes niveles de gobierno.¹¹

En términos generales, la participación puede ser definida como “la intervención organizada de ciudadanos individuales o de organizaciones sociales y civiles en los asuntos públicos, que se lleva a cabo en espacios y condiciones definidas”.¹² Sin embargo, definir qué es un asunto de interés público y qué no lo es resulta una empresa complicada. Está claro, eso sí, que “la participación activa y responsable en la esfera pública requiere de ciudadanas y ciudadanos informados y formados comunicativamente”.¹³

Adentrándonos ya en el terreno específicamente comunicativo, Rosa María Alfaro define la comunicación ciudadana como aquella que trasciende “una visión de impacto o propaganda hacia una estrategia comunicativa y pública, sembradora de acercamientos políticos a la democracia y el desarrollo”.¹⁴ La misma autora considera que esta comunicación:

debe exponer los sentidos políticos de las relaciones ciudadanas, explicitar los consensos, promover debates reales de intercambio para construir decisiones participativas en pos de producir una agenda colectiva [...] promover iniciativas ciudadanas para proyectar el futuro.¹⁵

¹¹ Olvera, *La participación ciudadana...*, 3.

¹² E. Isunza, y Alberto J. Olvera *Democratización, rendición de cuentas y sociedad civil: participación ciudadana y control social*, México, (Porrúa, U. Veracruzana, CIESAS, 2006).

¹³ Fernando Tucho, “La Educación en Comunicación como eje de una Educación para la Ciudadanía”, en revista *Comunicar*, Núm. 26, (Enero 2006). Disponible en: <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1268/b15280111.pdf?sequence=1>.

¹⁴ Rosa María Alfaro “Politizar la ciudad desde comunicaciones ciudadanas”, en *Diálogos de la comunicación*, Núm. 65, (2002), 47. Disponible en <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/65-revista-dialogos-politizar-la-ciudad-desde-comunicaciones-ciudadanas.pdf>.

¹⁵ Alfaro “Politizar la ciudad...”, 47 y 49.

En la afirmación anterior aparece una idea que será clave para reflexionar en torno a la propuesta mediática de Radio Ciudadana: la construcción de una agenda colectiva, esto es, el tránsito de la elaboración de contenidos desde un único centro emisor, que es quien decide qué se emite, a una participación más activa de la ciudadanía –las audiencias, los receptores, etcétera– en la discusión de los contenidos que posteriormente podrán ser emitidos por los medios. Más tarde regresaremos a esta idea.

Junto con las reflexiones en torno a los medios y la democracia, por un lado, y en torno a los medios y la ciudadanía, por el otro, encontramos varias aportaciones académicas relacionadas con la educación en comunicación y la educación para la ciudadanía. En este terreno, Tucho afirma que “el papel que la Educación en Comunicación debe desempeñar en la formación de una ciudadanía crítica, activa y creativa”.¹⁶ Para el autor, la ciudadanía debe ser alfabetizada políticamente, responsable social y moralmente, y participativa. Así, la Educomunicación promueve “el surgimiento de una ciudadanía capaz de transformar su entorno en aras de una sociedad más justa y verdaderamente democrática”.¹⁷ En un sentido similar, Silverstone afirma que la educación en medios “es un prerrequisito para una participación plena en las sociedades modernas actuales, implicando como hace las competencias claves de análisis y apreciación de las dinámicas sociales y la centralidad social de los medios como marco de nuestro día a día”.¹⁸

Como se puede observar, los ejes en torno a los cuales se discute la participación de la ciudadanía en los sistemas mediáticos apuntan a la necesidad de ciudadanías informadas, capaces de deliberar asuntos de interés público y de participar en la toma de decisiones en distintas esferas. La que aquí interesa es la esfe-

¹⁶ Tucho, “La Educación en Comunicación...”.

¹⁷ Tucho, “La Educación en Comunicación...”.

¹⁸ Roger Silverstone “Regulation, media literacy and media civics”, en *Media, Culture & Society*, 26 (3), (2004): 448.

ra mediática. En el próximo apartado reflexionamos sobre la propuesta de Radio Ciudadana, a la luz de las ideas expuestas hasta el momento y poniendo énfasis, sobre todo, en la construcción colectiva de los contenidos radiofónicos.

RADIO CIUDADANA Y LA CIUDADANIZACIÓN DE LOS MEDIOS

La construcción colectiva de contenidos radiofónicos

La relación entre comunicación y ciudadanía se está convirtiendo, sobre todo en la última década, en un subcampo de estudios en el campo de la comunicación. Gran parte de los debates que en él se abordan se relacionan, como hemos visto, con la democratización de la comunicación, la reivindicación de la libertad de expresión, la pluralidad informativa y la diversidad cultural, entre otros aspectos. Todos ellos, encaminados a asegurar una mayor participación ciudadana en los asuntos comunicativos, concebidos como un bien público, indisolublemente ligado a la calidad de los sistemas democráticos. Desde este punto de vista,

la comunicación deja de ser un medio o un instrumento para el logro de fines políticos y pasa a ser condición esencial para la existencia misma de una comunidad política, para la definición de lo que se consideran bienes comunes, para la existencia de la democracia y de la ciudadanía misma.¹⁹

Por razones obvias, en las siguientes líneas hablaremos específicamente de un medio, la radio, sin que ello signifique que no sea necesario discutir las formas de participación de la ciudadanía en otros medios tradicionales como la televisión y la prensa. Deci-

¹⁹ María Soledad Segura, "Comunicación y ciudadanía en los estudios latinoamericanos de comunicación" (s/f). Disponible en <http://www.ffyh.unc.edu.ar/ciffyh/wp-content/uploads/2011/08/segura-maria-soledad.pdf>.

mos medios tradicionales porque los llamados “nuevos medios” o medios digitales, en mucha mayor medida, funcionan con un grado mayor de participación de los sujetos, que pasan de ser meros consumidores a ser *prosumidores*, esto es, simultáneamente consumidores y productores de contenidos.

El proyecto Radio Ciudadana del Instituto Mexicano de la Radio es pionero en México. Según su *Guía de operación y funcionamiento*, cuya última versión fue aprobada por el Consejo de Radio Ciudadana en noviembre de 2012, la misión de la emisora es

Promover la cultura democrática, la libertad de expresión y el derecho a la información de la ciudadanía mediante su participación directa en la programación y en la generación de contenidos que reflejen la pluralidad ideológica y estimulen el conocimiento, la comprensión y el análisis de asuntos de interés público.²⁰

La información de la página *web* de la emisora²¹ es muy clara:

Radio Ciudadana es un espacio para el diálogo con sentido social. La programación de la emisora está orientada por criterios de calidad en la información, de interés público, pluralidad y diversidad social.

Comprender la radio como un espacio para el diálogo marca una diferencia clave: la radio no es vista ya como un vehículo unidireccional de transmisión de información –o al menos no únicamente– y pasa a ser concebida como un espacio de encuentro, como un espacio que promueve la construcción colectiva de programas. Y es importante mencionar que estos programas deben reflejar la diversidad social y cultural de la sociedad en la que

²⁰ La última versión de la *Guía de operación y funcionamiento* de Radio Ciudadana se encuentra disponible en http://radiociudadana.imer.mx/wpcontent/uploads/2013/07/guia_de_operacion_radio_ciudadana_2012.pdf.

²¹ Ver <http://radiociudadana.imer.mx/>.

la emisora opera. En pocas palabras, Radio Ciudadana representa o es un claro ejemplo de “la ciudadanización de los espacios mediáticos mediante la participación directa en *el hacer radio*”.²²

Actualmente, Radio Ciudadana transmite 29 programas, todos ellos coordinados directamente por organizaciones sociales y colectivos ciudadanos. Al aire se pueden escuchar más de 68 voces y cuenta con la participación frecuente de 250 asociaciones civiles. El número no es menor, y aunque el pluralismo no es un asunto únicamente de cantidades, en los hechos se aprecia que Radio Ciudadana promueve muchas voces en un mismo espacio. Para que los ciudadanos sean productores de contenido, el Consejo de Radio Ciudadana, conformado por representantes de asociaciones civiles y ciudadanos, ha emitido seis convocatorias de proyectos ciudadanos de radio. A lo largo de los años, han participado 807 proyectos, de los cuales 222 han sido seleccionados y transmitidos.²³ La propia forma de organización fundamentada en este Consejo de Radio Ciudadana hace aún más compleja e interesante la participación de la ciudadanía en el medio: los ciudadanos pueden proponer proyectos radiofónicos, y estos son evaluados por otros ciudadanos y por representantes de distintas organizaciones de la sociedad civil. La horizontalidad en la organización de los contenidos es clara y la participación de múltiples voces no puede ponerse en duda. De ahí que la propia emisora decidiera el siguiente *slogan* como marca de su identidad: “Radio Ciudadana. Todas las versiones”.

Las particularidades de Radio Ciudadana ya comentadas –la construcción colectiva de contenidos, la horizontalidad en las evaluaciones de los proyectos, la pluralidad de voces, etcétera–

²² Vicente Castellanos, “Interculturalidad y radio de servicio público. Hacia un modelo de comunicación”, en *Culturas en comunicación. Entre la vocación intercultural y las tecnologías de información*, de Inés Cornejo y Luis Alfonso Guadarrama, (México: Editorial Tintable, 2013), 77.

²³ Información obtenida de la página web de Radio Ciudadana, consultada en marzo de 2014. Ver <http://radiociudadana.imer.mx/>.

son sumamente sugerentes para incentivar la discusión en torno al papel que juegan los medios de comunicación en la construcción de ciudadanías informadas, críticas, deliberativas, con capacidad para participar activamente en el espacio público. En este caso, la participación de la ciudadanía la vemos de manera directa en la presentación de propuestas de proyectos radiofónicos. Los ciudadanos, por tanto, se erigen como los generadores de contenidos en Radio Ciudadana.

Como se puede observar, en la definición de la misión, así como en la forma como Radio Ciudadana se da a conocer en su página de internet, están presentes las ideas comentadas anteriormente que dan cuenta del vínculo indisoluble entre participación de la ciudadanía y consolidación de las democracias. Lo interesante de Radio Ciudadana es que concibe la participación de la audiencia mucho más allá de la mera recepción activa o la posibilidad de interactuar con los programas en directo. Aquí, como ya se comentó, la participación es requisito para la propia configuración programática de la emisora, puesto que los ciudadanos son quienes contribuyen directamente generando contenidos radiofónicos plurales. Estos programas, sin duda alguna, convierten a la programación de Radio Ciudadana en un mosaico de voces plurales que, sin pretender absoluta exhaustividad, dan cuenta de la diversidad inherente de nuestra sociedad. La diversidad se observa en los temas de los programas propuestos por las audiencias, los cuales abordan asuntos tales como la música popular, la salud sexual y reproductiva, los derechos de las mujeres, el medio ambiente, la asesoría jurídica, entre muchos otros.

Hacia una ciudadanía comunicativa

El pensamiento comunicacional ha transitado de visiones lineales, que ponían énfasis en el efecto directo de los medios en las audiencias, concebidas como pasivas e incapaces de responder

activamente a los contenidos mediáticos, a propuestas que empezaban a vislumbrar la capacidad de los receptores para, al menos, ser selectivos en su exposición a los medios; y en tiempos mucho más recientes, gozan ya de un casi total consenso las reflexiones en torno a la recepción activa de los medios. Pero hay una distancia no menor entre estas concepciones de los receptores como sujetos activos y por otra parte las ideas en torno a la participación de las audiencias en la generación de contenidos que no se reduce a que éstas sean activas en su exposición al medio, va mucho más allá.

A lo largo de la historia los medios de comunicación han estado acompañados de formas y estrategias de interacción con las audiencias, que se pueden traducir como espacios negociados de expresión que los medios permiten a las personas como estrategia comercial que contribuye a legitimar intereses privados a manera de participación o servicio público.²⁴

Sin que todos los ejemplos puedan ser analizados de la misma forma, utilizar a la ciudadanía como estrategia comercial para que el medio se auto-legitime no es una forma de ciudadanía de las esferas mediáticas, en el sentido como la hemos entendido en estas páginas.

En el caso concreto de la radio, como sabemos, es indispensable mantener la comunicación directa con las audiencias, lo que “abre paso para encontrar espacios de visibilización en la esfera pública”.²⁵ Sin embargo, ello no es suficiente. El que la ciudada-

²⁴ Christian López Ochoa, “La Participación de las Audiencias en los Programas Radiofónicos de Denuncia Ciudadana en Guadalajara: el Caso de Teléfono Público”. Proyecto de Investigación presentado en el Coloquio de mayo de 2013 de la Maestría en Comunicación de la Ciencia y la Cultura del ITESO, Guadalajara: 8. Disponible en: http://portal.iteso.mx/portal/page/portal/Dependencias/Rectoria/Dependencias/Direccion_General_Academica/Dependencias/DESO/Programas_academicos/MC/Proyectos_Primavera_2013/PTIV_mayo%202013_Lopez_Christian.pdf.

²⁵ López, “La Participación de las Audiencias...”, 8.

nía tenga comunicación con los medios, a través de los canales que estos implementan para mantenerse en contacto con sus audiencias, no necesariamente trae consigo una participación activa de los ciudadanos en la producción de contenidos mediáticos.

La comunicación se puede reconocer como “fundante de la ciudadanía en tanto interacción que hace posible la colectivización de intereses, necesidades y propuestas”.²⁶ Y esta colectivización siempre será mayor, o se alcanzará en un mayor grado, si quienes participan en la definición de los contenidos de los medios son los propios ciudadanos. En términos de Mata,²⁷ la noción de “ciudadanía comunicativa” remite, por un lado, a derechos civiles como la libertad de expresión, el derecho a la información, etc., por lo que representa un límite a la acción del Estado; por otro lado, implica el desarrollo de prácticas que garantizan los derechos en el campo específico de la comunicación, por lo que también hace referencia a la posibilidad de acción; y, por último, involucra dimensiones de corte social y cultural, vinculadas con temas como la igualdad de oportunidades, la calidad de vida, la solidaridad, la no discriminación.

Pero el escenario no es muy optimista al respecto, pues hay muchos medios que “no identifican a la ciudadanía sino más bien a públicos segmentados de acuerdo a la capacidad adquisitiva, en el marco de una concepción de mercado”.²⁸ En otros términos, la ciudadanía, en muchas ocasiones, se convierte sólo en un

²⁶ María Cristina Mata, “Comunicación, Ciudadanía y poder. Pistas para pensar su articulación”, en *Diálogos de la Comunicación*, Núm. 64, (Noviembre de 2002). Disponible en: <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/64-revista-dialogos-comunicacion-ciudadania-y-poder.pdf>.

²⁷ Mata citada en María Soledad Segura, “Comunicación y ciudadanía en los estudios latinoamericanos de comunicación”(s/f). Disponible en: <http://www.ffyh.unc.edu.ar/ciffyh/wp-content/uploads/2011/08/segura-maria-soledad.pdf>

²⁸ Claudio Elórtégui, “Medios de comunicación masivos y ciudadanía: ¿una relación posible?”, ponencia presentada en las *Jornadas de Comunicación y Espacio Público*, UNESCO. Documento de trabajo obtenido de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile, 2010. En línea, disponible en <http://www.observatoriodecomunicacion.cl/sitio/wp-content/uploads/2012/08/Medios-de-Comunicaci%C3%B3n-Masivos-y-Ciudadan%C3%ADa.pdf>.

público al que dirigir y vender un producto, y en muchas menos ocasiones, en un público que deja de ser sólo eso, público, para convertirse en productor de contenidos. Únicamente así se puede hablar de una auténtica ciudadanía comunicativa, conformada por ciudadanos que no sólo estén informados y busquen las mejores propuestas para satisfacer sus deseos de información, sino que vayan más allá y se conviertan en *hacedores* de contenidos, en informadores, en vehículos para dar a conocer otros temas de interés público a otros ciudadanos como ellos.

CIERRE. LA EXPERIENCIA DE RADIO CIUDADANA Y LA APUESTA “POLÍTICA” POR DEMOCRATIZAR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La conformación de ciudadanías comunicativas como las descritas en unas líneas arriba es un asunto deseable en los actuales entornos democráticos. Si apelamos a la necesidad de una mayor democratización de los medios –y de la comunicación en general– es menester pensar de qué manera se pueden incrementar los ejemplos y apuestas concretas de ciudadanización de la comunicación.

Es un hecho que la idea de la democratización de los medios de comunicación es algo que vemos presente en muchos discursos, pero desafortunadamente el espejo de esta idea no se ve de forma tan clara en los hechos, en la práctica. Si los medios funcionan como servicios públicos, estos deben tener claro que su actuar no puede estar marcado por la idea de la ganancia económica y por la voluntad empresarial. Los medios que se autoconciben como servicios públicos deben ser transparentes, deben rendir cuentas a sus receptores y, sobre todo, deben ser muy conscientes de la necesidad de democratizar no sólo el acceso a los medios, sino la participación de la ciudadanía en los contenidos que estos difunden.

No se trata de sustituir la labor propia de los profesionales de los medios, por *ciudadanos de a pie* que, de pronto, se puedan convertir en periodistas o comunicadores *espontáneos*. Se trata, más bien, de apostar por una ciudadanía crítica y constructiva, capaz de proponer programas sobre temas que, sin lugar a dudas, pueden dar cuenta de la diversidad social, cultural, ideológica, etc., de nuestro país. Los medios deben confiar en los ciudadanos, pues a ellos se deben.

Apuestas como la de Radio Ciudadana demuestran, en los hechos, que es posible construir una agenda de temas no sólo desde arriba, verticalmente, sino tomando en cuenta las ideas que los propios receptores del medio, y la ciudadanía en general, proponen. Los ciudadanos ven satisfechas sus necesidades de expresión –y son capacitados para ello– y los medios de comunicación –en este caso la radio– pueden ver satisfecha su necesidad de creación de contenidos. Y lo pueden lograr de una forma noble y democrática, tal y como hace Radio Ciudadana: dando la voz a ciudadanos que, aun sin ser profesionales del medio, tienen mucho que decir.

BIBLIOGRAFÍA

- ALFARO, Rosa María. “Politizar la ciudad desde comunicaciones ciudadanas”. En *Diálogos de la comunicación*, Núm. 65 (2002): 34-53. Disponible en <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/65-revista-dialogos-politizar-la-ciudad-desde-comunicaciones-ciudadanas.pdf>.
- BLUMLER, J. G. “Election communication and the democratic political system”. En *Political communication research. Approaches, studies, assessments*, editado por Paletz, D. L., 167-175. Norwood (Nueva Jersey): Ablex Publishing Corporation, 1987.
- CASTELLANOS, Vicente. “Interculturalidad y radio de servicio público. Hacia un modelo de comunicación”. En *Culturas en comuni-*

- cación. Entre la vocación intercultural y las tecnologías de información* de Inés Cornejo, y Luis Alfonso Guadarrama, 67-102. México Editorial Tintable, 2013.
- ELÓRTEGUI, Claudio. “Medios de comunicación masivos y ciudadanía: ¿una relación posible?” Ponencia presentada en las *Jornadas de Comunicación y Espacio Público*, UNESCO. Documento de trabajo obtenido de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile, 2010. Disponible en <http://www.observatoriodecomunicacion.cl/sitio/wp-content/uploads/2012/08/Medios-de-Comunicaci%C3%B3n-Masivos-y-Ciudadan%C3%A1.pdf>
- ESTEINOU, Javier. “Hacia un nuevo modelo de servicio público en México”. En *Ámbitos*, Núms. 13-14, (2005).
- ISUNZA, E. y A. J. Olvera. *Democratización, rendición de cuentas y sociedad civil: participación ciudadana y control social*. México Porrúa, U. Veracruzana, CIESAS, 2006.
- LÓPEZ OCHOA, Christian. *La Participación de las Audiencias en los Programas Radiofónicos de Denuncia Ciudadana en Guadalajara: el Caso de Teléfono Público*. Proyecto de Investigación presentado en el Coloquio de mayo de 2013 de la Maestría en Comunicación de la Ciencia y la Cultura del ITESO, Guadalajara. En línea, disponible en http://portal.iteso.mx/portal/page/portal/Dependencias/Rectoria/Dependencias/Direccion_General_Academica/Dependencias/DESO/Programas_academicos/MC/Proyectos_Primavera_2013/PTIV_mayo%202013_Lopez_Christian.pdf
- MATA, María Cristina “Comunicación, Ciudadanía y poder. Pistas para pensar su articulación”, en *Diálogos de la Comunicación*, Núm. 64, Noviembre de 2002. Disponible en <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/64-revista-dialogos-comunicacion-ciudadania-y-poder.pdf>
- . *et. al* “Comunicación y ciudadanía: conocimientos, prácticas y expectativas en la escena cordobesa”. En *Primeras Jornadas Culturales Populares-Culturas Masivas: Los desafíos actuales de*

- la Comunicación*. Universidad Nacional de General Sarmiento, Argentina, 2007.
- MARTÍNEZ NICOLÁS, M; F. Tucho; J. M. García, “Democracia digital: nuevos medios y participación ciudadana. Experiencias en las redes de la población inmigrante en España”, en *Portularia*, Vol. V, Núm. 2, (2005): 21-34.
- OLVERA, Alberto J. *La participación ciudadana y sus retos en México. Un breve estudio del desarrollo de la cultura y de las instituciones participativas y diagnóstico de su problemática actual, con propuestas para hacer funcionales las instancias de participación democrática*, (2009). Disponible en [http://www.gobernacion.gob.mx/work/models/SEGOB/Resource/946/4/images/b\)Olvera_Entregable_2.pdf](http://www.gobernacion.gob.mx/work/models/SEGOB/Resource/946/4/images/b)Olvera_Entregable_2.pdf)
- SEGURA, María Soledad. “Comunicación y ciudadanía en los estudios latinoamericanos de comunicación”. Disponible en <http://www.ffyh.unc.edu.ar/ciffyh/wp-content/uploads/2011/08/segura-maria-soledad.pdf>
- SILVERSTONE, Roger. “Regulation, media literacy and media civics”, en *Media, Culture & Society*, 26 (3): 440-449.
- TREJO DELARBRE, Raúl. “Medios y democracia”. En *La agenda de la democracia en México* editado por Calva José Luis. México: Casa Juan Pablos, Consejo Nacional de Universitarios, 2012. Disponible en <http://rtrejo.files.wordpress.com/2013/02/medios-y-democracia-en-jl-calva-coord-la-agenda-de-la-democracia-2012.pdf>.
- TUCHO, Fernando. “La Educación en Comunicación: la formación crítica de la ciudadanía frente a la manipulación”. En *Manipulación y medios en la sociedad de la información*, Aparici, R; Díez, A. y Tucho, F. (en prensa). Madrid: Ediciones de la Torre, 2006.
- . “La Educación en Comunicación como eje de una Educación para la Ciudadanía”. En revista *Comunicar*, Núm. 26, (Enero 2006). En línea, disponible en <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1268/b15280111.pdf?sequence=1>.

SEGUNDA PARTE
TESTIMONIOS DE LA RADIO CIUDADANA

ENTRE LO PROBABLE Y LO POSIBLE. REVISIÓN DE RADIO CIUDADANA DESDE SUS AUDIENCIAS

Alejandro JOSEPH ESTEINOU*

Desde su planteamiento, Radio Ciudadana representaba uno de los ejercicios más ambiciosos en la comunicación radiofónica nacional. Era un modelo que arriesgaba la seguridad de una programación genérica musical para dar cabida a las expresiones sociales, satisfaciendo así el reclamo histórico de diversas organizaciones e instituciones sociales de tener voz en un medio de comunicación de masas. Se trataba entonces de una apuesta con los momios en contra debido a la naturaleza misma del proyecto, pero la idea era tan poderosa que pudo convencer a casi todos: gente de radio, investigadores, estudiantes, autoridades, académicos. Sólo estaba por verse si convencería también a quien debería: al escucha.

A más de diez años del inicio de este modelo radiofónico en el país, sus índices de audiencia no han mejorado sensiblemente. Es por eso pertinente preguntarse qué particularidades tiene este

* Director de Investigación del Instituto Mexicano de la Radio (2007-2013).

modelo radiofónico que no han permitido crecer su auditorio. Pero también es relevante anotar desde ahora que no ha sido un trabajo en vano, y para demostrarlo se intentará ir más allá del *rating*. Como adelanto, se puede decir que los logros cualitativos de esta emisora y su contribución al posicionamiento institucional como medio de servicio público son innegables; de igual manera, que su fundamento y la justificación de su creación continúan siendo tan poderosos como en un principio.

En este apartado se presentarán una serie de condiciones y variables involucradas en el análisis de audiencia de la emisora, con la finalidad de tener una comprensión más fina de sus resultados a la fecha.

PREDECIBLE Y PROBABLE AL INICIO

En el papel, certificado por investigadores, autoridades, organizaciones y gente del medio, el modelo de la entonces Radio de los Ciudadanos era casi perfecto.¹ Técnicamente –quizá su rubro más endeble al inicio de su operación–² se trataba de una emisora con potencia relativamente baja, en una frecuencia alta; estructuralmente, contaba con una plantilla capacitada en lo radiofónico y un innovador Consejo Ciudadano de Programación; políticamente, tenía el apoyo de diversas instituciones públicas relacionadas con la vida de las asociaciones de la sociedad civil; operativamente, planteaba seleccionar sus proyectos con base en una convocatoria abierta a la ciudadanía e incluso tenía sus propios documentos autorregulatorios para asegurar sus fines.

El lanzamiento de La Radio de los Ciudadanos fue digno de aplaudirse, un acto valiente sin lugar a dudas. Pero si bien en

¹ Javier Esteinou. *La Radio de los Ciudadanos. A un año de su creación*. (México: IMER, SEGOB, 2004).

² En un inicio (2003) La Radio de los Ciudadanos transmitía en el 1350 de AM, en 2005 cambió al 660 AM, una mejora importante al ser una frecuencia baja y contar con mayor potencia.

la radio no hay una bola de cristal que asegure los éxitos o fracasos de audiencia, el diseño de la primera carta programática, así como la ubicación en banda y frecuencia de la emisora, eran factores que, a pesar de la efervescencia del lanzamiento, podrían haberse previsto como dificultades para la consolidación futura del modelo. Por ejemplo:

- Se propuso para sus fines una carta programática mixta, es decir, que alternaba música con contenidos. Las emisoras con este formato en la radio ocupan, en el mejor de los casos, la medianía de la tabla de *clasificación*,³ debido a que polarizan la audiencia y favorecen que los escuchas entren y salgan de la sintonía, de acuerdo con lo que se decanten a escuchar: música o contenidos.
- El que la emisora transmitiera en AM en la Ciudad de México, banda que ya acusaba problemas de audiencia al registrar solamente alrededor de 20% del total de radioescuchas, tampoco ayudaba. Además, la banda AM cubre menor público de nivel socioeconómico y académico alto en comparación con la FM, y pasando esto por alto, varios contenidos que se planteaban como parte de la parrilla programática eran de corte académico o especializado.
- Plantear una absoluta libertad temática por parte de las organizaciones ciudadanas no favorecía la unidad programática, ni la creación del hábito de escucha. La justificación en este sentido era favorecer la pluralidad como bandera de identidad, pero quizá habría que haberla dimensionado dentro de las pautas de consumo del medio.
- Muchos de los equipos ciudadanos vivirían por primera vez la responsabilidad de hacer radio, es decir carecían de la preparación o experiencia para enfrentar el micrófono o el estudio.

³ Sólo existen cinco emisoras en la banda AM de la Ciudad de México –entre 33– con perfil mixto (hablado/noticioso y musical). La emisora más popular de este tipo en la AM es XEB, que ocupó el decimotercer lugar, en julio de 2013. Radio Ciudadana ocupó la posición 28 en ese mismo periodo.

CAMBIOS A LO LARGO DE MÁS DE DIEZ AÑOS

Aunado a la problemática del modelo base planteado, luego de más de una década de existencia, Radio Ciudadana ha cambiado de nombre, de frecuencia, de gerentes, de consejeros, de programas y de horarios programáticos más veces de las que quizá sería recomendable para dar estabilidad a una emisora. Los más de doscientos programas que han circulado por ahí y las más de 250 organizaciones sociales que hoy en día pueden escucharse al aire representan cifras dignas de admirarse, pero también una de las razones para entender el porqué la emisora no se ha consolidado con el paso de los años. Ninguna estación en el *dial* radiofónico ha tenido ese número de series a lo largo del mismo periodo y, ante todo ese movimiento programático, es preciso recordar dos lecciones valiosas para la formación de audiencias en radio: toma tiempo y constancia hacerlo, y cada vez que un programa nuevo entra al aire se pone en juego todo el capital de radioescuchas logrado hasta el momento.

“Crear una audiencia considerando el talento y el formato es un proceso” dice Valerie Geller. “Es tentador sacarlos del aire si los resultados no son inmediatos, pero un poco de paciencia y consistencia pueden llevar a un largo camino de éxito”.⁴ Es cierto, y para La Radio de los Ciudadanos crear una base de radioescuchas era un imperativo categórico. Sin embargo, ¿quiénes representaban ese talento que ayudaría a lograr el objetivo? Lo eran y aún lo son las organizaciones, la ciudadanía, pero si ésta debía por fuerza rotar cada cierto periodo de tiempo para asegurar la pluralidad de voces y contenidos, no había forma lógica de apostar a corto, mediano o largo plazo por ellos. Cada seis meses o idealmente dos años, como lo estipulan sus lineamientos (IMER, 2012), había que sacar del aire a figuras o personalidades que tal vez eran sobresalientes, o que quizá realizaban una buena labor

⁴ V. Geller, *The Powerful Radio Workbook*, (Estados Unidos: Library of Congress, 2000), 7.

al aire, o que comenzaban a captar un nicho de audiencia y dejar que otras sin experiencia probada entraran a suplantarlos.

Entonces, ¿qué otros elementos de consistencia podía ofrecer la emisora? La música podía ser uno. A pesar de saber que los formatos musicales que más audiencia tienen en la Ciudad de México son el grupero, los clásicos del rock o pop en español o inglés, la música del recuerdo y la balada romántica, La Radio de los Ciudadanos apostó a un género no muy explotado en el *dial*: la trova, que no sólo nunca ha registrado grandes audiencias, sino que además tiene un catálogo de intérpretes y compositores limitado. Por eso, como complemento a este género, se programó también música típica y regional mexicana,⁵ pero las audiencias ávidas de estas expresiones musicales, históricamente también han registrado números bajos.

A favor cabe mencionar que la selección no fue una gratuidad o una ocurrencia. La trova representa en muchos sentidos la voz ciudadana, da testimonio de reclamos sociales y de protestas, tiene la virtud de la profundidad en su simplicidad. Requiere en muchas ocasiones únicamente de una persona armada con una guitarra, una actitud libre y algo que decir a través de su canto, asunto que resonaba con un proyecto que buscaba dar voz y empoderar a la ciudadanía y las organizaciones sociales. Adicionalmente, como radio de servicio público, el IMER tiene el compromiso de ofrecer a las audiencias expresiones musicales que no son ampliamente explotadas o transmitidas por medios comerciales para enriquecer así la oferta radiofónica del dial. Sin embargo, en relación a la creación de audiencias, estas razones no eran suficientes.

Las voces sindicalizadas, otro elemento de posible cohesión, en el caso de La Radio de los Ciudadanos estaban acostumbradas más bien a formatos musicales y no tenían experiencia la entrevista, la generación de contenidos o la investigación. Por lo tanto, su papel como formadores de hábito o promotores de contenidos no sería

⁵ Cfr. Esteinou. *La Radio de los Ciudadanos...*, 2004.

natural. Lo que es más, su falta de experiencia hizo que los programas sonaran un tanto acartonados y el pase entre ellos, poco seductor. Este problema en radiodifusoras comerciales se subsana normalmente pagando cartas de desplazamiento⁶ o negociando con el sindicato una selección diferente de talento al aire, pero el IMER se encontraba, en lo presupuestal y en lo sindical, maniatado.

Ahora, todos estos problemas de sentido y cohesión, han sido detectados, dialogados y en la medida de lo posible, mitigados sobre la marcha a lo largo de los años, pero no ha sido suficiente. El Consejo de Programación y las autoridades institucionales, gente que ha hecho o estudiado la radio durante muchos años lo ha sabido oportunamente gracias a las reuniones del propio Consejo y a los datos ofrecidos por la Dirección de Investigación del IMER; lo que permite concluir que la solución no es sencilla. Afortunadamente para los medios públicos no hay intención de cejar en el intento de encontrarla. Específicamente, algunas de las acciones realizadas para mejorar los índices de audiencia han sido:

- Programación de series en barras por semejanza o cercanía temática.
- Capacitación a los equipos ciudadanos para la producción de programas, la realización de guiones y la conducción de entrevistas.⁷
- Atención a los índices de audiencia y estudios cualitativos.
- Producción a cargo de personal de la Dirección de Producción para asegurar la unidad al menos en vestimenta e imagen sonora.
- Control de todos los aspectos técnicos y de formato por parte del IMER.

⁶ Un documento de este tipo permite al medio tener incidencia total en el espacio, es decir, sin que el locutor sindicalizado tenga que intervenir en alguna forma.

⁷ Al menos de 2003 a 2007 se realizaron cursos, talleres, foros y tutoriales en materia de integración, producción, programación, guionismo, locución, creatividad y periodismo radiofónico coordinados por la Dirección de Investigación y la Dirección de Producción.

- Incorporación de géneros musicales afines a la trova y la música del mundo.
- Reuniones constantes por parte de la gerencia en turno con los equipos ciudadanos.
- Acotamiento de los temas de convocatoria a los huecos de contenido detectados.
- Uso de conductores ancla para contrastar el tener muchos programas con distintos conductores.
- Seguimientos en reuniones de Consejo de Programación sobre la pertinencia de los programas.
- Modificación del diseño de sitio *web* para procurar mejor navegabilidad y servicio.

Estas medidas, algunas con más éxito que otras, no han sido un sinsentido, en el peor de los casos, han ayudado a dar mayor orden, dirección y profesionalismo a la emisora; desafortunadamente, no así a la captación de audiencia o a la identificación de los espacios.

AMBICIÓN, INTENCIÓN Y REALIDAD

Es normal que las emisoras de radio respondan a una intención. Las de tipo comunitaria, por ejemplo, buscan servir audiencias focalizadas en determinadas regiones; las noticiosas, comúnmente crear agendas informativas, las musicales de éxitos, llegar a grandes audiencias. ¿Qué era lo que buscaba La Radio de los Ciudadanos? Todo: Servir auditorios importantes y significativos, además de crear una agenda pública de acuerdo con los temas planteados por las organizaciones sociales: una meta ambiciosa.

Para verificar si esto se ha logrado a lo largo del tiempo se han empleado diversas metodologías de investigación de audiencias con la finalidad de aportar las herramientas necesarias en la toma de decisiones. Antes de entrar a los resultados de cada una de ellas, conviene hacer un breve paréntesis para recordar otros dos conceptos primarios sobre el medio.

El hábito hace al escucha

La escucha de una emisora se basa en gran medida en la formación de un hábito. Y ¿qué características tiene un hábito? Jeremy Dean⁸ anota tres: uno está poco consciente de su ejecución, su realización va desprovista de emotividad y, finalmente, siempre responde a un contexto. Para demostrar cómo la escucha radiofónica es un hábito. Baste evocar cuando uno sube al auto, enciende la radio sin que medie emoción para ello y escucha la emisora normalmente programada en la memoria del autoestéreo, o cuando uno entra a la cocina de la casa, enciende la radio en una emisora que ya se tiene identificada para sentirse acompañado mientras se cocina⁹ y listo, queda ahí como un agradable telón de fondo. Así es como consumimos la radio la mayoría de las veces. El estudio realizado por Parametría (2012) así lo demuestra. En él puede verse como del 100% de radioescuchas, el mayor tajo sintoniza el medio mientras realiza otras actividades; le sigue aquel de personas que escuchan con atención sólo cuando algo les parece interesante, y un porcentaje reducido en comparación escucha sin distracción. Por eso los gerentes y programadores estudian permanentemente lo que hay detrás de los relojes programáticos, la “ciencia” del “pase de estafeta” entre contenidos, buscando encontrar el santo grial de lo que forma el hábito de escucha. De lo que han concluido se desprenden algunas reglas de programación.

- Es mejor programar en barra.
- Es conveniente provocar un pase natural de contenidos.
- Entre más variedad, menos recordación, por eso, vale más apostarle mucho a poco que poco a mucho.

⁸ Cfr. J. Dean, *Making habits breaking habits: How to make changes that stick*. (Gran Bretaña: Oneworld Publications, 2013).

⁹ Esto lo discutiremos a más detalle al hablar de los *podcasts*, ya que su escucha sí responde a una clara intencionalidad.

Cuando uno se cambia de casa o de trabajo, de pronto se encuentra con que es muy difícil realizar las tareas más simples, y no sólo eso, las rutinas se vuelven complicadas. Imaginemos ahora lo que representa para la audiencia de pronto experimentar con la escucha de una nueva estación. Enfrentará quizá con curiosidad los nuevos contenidos, pero para comenzar a formarle el hábito de escucha debe ofrecérsele algo mágico, sin duda especial, una razón que le inspire a convertir su sintonía en algo recurrente; luego, tiene que garantizársele la certeza de que cuando sintonice de nuevo la emisora va a encontrar básicamente eso mismo que le había agradado la primera vez (información, música, el tipo de contenidos, el formato...). Si esto no sucede, no hay hábito que comience a formarse, sólo atención esporádica.

Una estación es más que la suma de sus programas

Sin importar qué tanto las personalidades gusten pensar que su programa es de su exclusiva responsabilidad artística, es siempre parte del esfuerzo total de la emisora. Debe, en última instancia, satisfacer las metas de la emisora. Si las metas de las personalidades y las de la estación están fuera de sincronía, el resultado será la frustración y la amargura en ambos lados.¹⁰

Radio Ciudadana ha enfrentado este problema de manera recurrente. La dificultad implícita en la creación de agendas comunes, la libertad en la producción y conducción de un programa, si acaso acotada o guiada en lo posible por la gerencia en turno, la guerra de personalidades, la escasa conciencia de la variedad de contenidos de la emisora o incluso de la temática de los programas precedentes y subsecuentes, ha hecho que, históricamente, cada producción se comporte como una isla. Esto se comprobó en encuestas de opinión en la propia emisora, y los gerentes en

¹⁰ Andy Beaubien en Geller, *The Powerful Radio Workbook...*, 21.

turno pueden dar testimonio de ello. ¿Cómo pretender un discurso de unidad que favorezca el posicionamiento de la audiencia habiendo tanta disparidad?

CONSIDERACIONES PARA LA EVALUACIÓN DEL *RATING*

Hay que caminar ahora hacia el entendimiento más de fondo sobre el porqué el modelo de Radio Ciudadana no ha reflejado a lo largo de sus más de diez años de existencia una mayor audiencia. Para eso, es conveniente saber cómo opera la medición sindicada de públicos. Si bien existen distintas metodologías en el mercado¹¹ para calcular el *rating*, el IMER ha contratado desde el año 2008 los servicios de la empresa Nielsen IBOPE AGB (antes IBOPE AGB México)¹² por considerarlos más cercanos a los objetivos de medición institucionales. Esta empresa mide el número de radioescuchas de acuerdo con una metodología de recordación 24 horas aplicada a una base de 15 mil encuestados vía telefónica al mes para lograr tener una buena representación estadística poblacional.

Una vez que una persona accede a realizar la entrevista, la empresa le aplica una batería de preguntas con las que cruza diversos reactivos para conocer a ciencia cierta qué emisora fue la escuchada y por cuánto tiempo, además de los datos sociodemográficos de la persona entrevistada. Finalmente, pondera los resultados para obtener una representación justa de los niveles etarios y sociodemográficos señalados, por una parte, en los censos de población quinquenales del INEGI y por otra, en el *Establishment survey* que realiza el propio Nielsen IBOPE para conocer los ajustes poblacionales en periodos más cortos.¹³

¹¹ Las dos principales agencias de medición de rating en radio son INRA y Nielsen IBOPE

¹² En el año 2013 Nielsen se fusionó con IBOPE AGB México. La metodología empleada para la medición de audiencia continuó siendo la misma.

¹³ Cfr. Nielsen IBOPE. *Página oficial* (14 de 02 de 2014). Disponible en: <https://www.ibopeagb.com.mx/productos/ram.php>.

Ahora, los datos de identificación solicitados en una emisora son, entre otros, el horario de escucha, la frecuencia sintonizada, el nombre y siglas de la emisora, el nombre del programa y el conductor en turno. Cuando una programación está muy fragmentada, la posibilidad de error crece como habíamos visto arriba en las reglas de programación. En la radio, a diferencia quizá de la televisión, no es igual de sencillo recordar el nombre de un noticiario y su conductor si se presenta todos los días a la misma hora, que el de un programa que se escuchó solamente de casualidad el día jueves, a las 11 am, durante media hora mientras se estaba en el tráfico. Peor aún si ese programa cambia cada determinado tiempo de conductor y tema. Si los *formats*, que son básicamente los elementos de identificación de una emisora, no son reiterados constantemente, es fácil que el escucha no cuente con los elementos necesarios para confirmar lo que escuchó cuando le sea preguntado, y recurra a recordar más bien sus hábitos y no sus excepciones. El resultado es que históricamente, Radio Ciudadana se ha ubicado dentro de la tabla de posiciones en la zona de alta volatilidad, lo cual quiere decir que algunos de sus contenidos logran ser memorables por momentos, pero al no ser constantes, pronto se olvidan; así, lo mismo puede subir unos escaños un mes que bajarlos al siguiente.

Claro está que esto no tiene absolutamente nada que ver con la calidad de un programa, su conducción o su temática, sólo se trata del saldo resultante por la falta de posicionamiento de una emisora ante los oídos del escucha y, por ende, en el *rating*.

EL *RATING* Y LOS HORARIOS DE TRANSMISIÓN

En la siguiente tabla se puede observar cómo Radio Ciudadana (XEDTL), a diferencia de una emisora también de formato mixto pero consolidada en género musical y formadora de hábitos (XEB), no logra repuntar de manera notoria en las curvas habituales de es-

cucha radiofónica¹⁴. El gráfico resume lo que ya se comentaba antes: la entrada y salida de personas de acuerdo con el contenido que se decante a escuchar –musical o hablado– o el tipo de contenido ofrecido, sumado a un pase de contenidos deficiente, una formación de hábito de sintonía irregular y un género musical sin gran impacto logra trastocar sensiblemente la consolidación de audiencias.

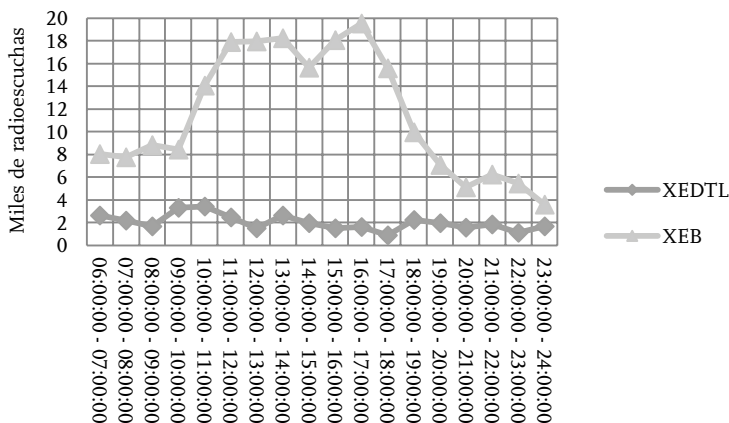


Gráfico 1.

Horarios vs miles de radioescuchas

(Fuente: IBOPE AGB México, enero-junio 2013)

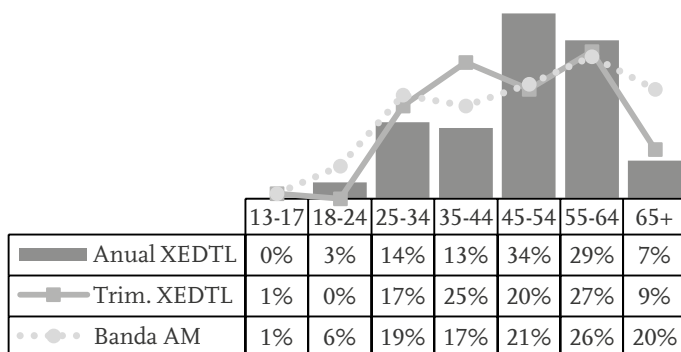
Adicionalmente, para confirmar lo que ya se señalaba antes, el tipo de audiencia de Radio Ciudadana puede ser analizada confrontándola con la del mercado en cuanto a los porcentajes de representación de niveles socioeconómico y etarios. En el siguiente gráfico se puede observar cómo el perfil de la emisora tiene sobrerrepresentado el nivel socioeconómico ABC+, factor asociado a una mejor educación¹⁵ durante el trimestre abril-junio

¹⁴ Las curvas naturales de sintonía radiofónica reflejan un repunte positivo durante la mañana, uno menos pronunciado a media tarde y un descenso progresivo conforme entra la noche.

¹⁵ No existe una correlación perfecta entre nivel socioeconómico y educación, pero debido al tipo de contenidos que ofrece la emisora puede inferirse por variable proxy que es así.

de 2013.¹⁶ En sentido contrario, el nivel DE se encuentra proporcionalmente subrepresentado en la emisora.

Distribución demográfica



Nivel socioeconómico

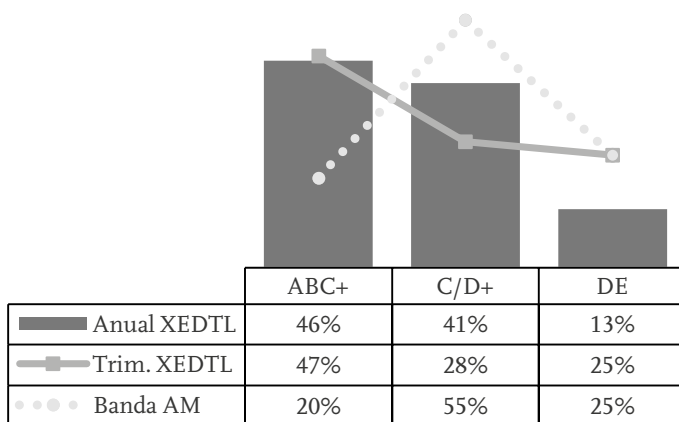


Gráfico 2.
Horarios vs miles de radioescuchas

¹⁶ Cfr. IMER- Dirección de Investigación, *Perfil del Radioescucha trimestral (abril-junio 2013)*, (México: Instituto Mexicano de la Radio, Dirección de Investigación, 2013).

Por otra parte, se puede observar que existe también una sobrerrepresentación en el trimestre analizado de una audiencia entre los 25 y los 44 años. Este tipo de resultados han sido una constante durante la existencia de Radio Ciudadana, aunque no sobra señalar que debido al bajo número de menciones que registra la emisora en las encuestas de Nielsen IBOPE, la información no se considera consolidada, sino sólo de tendencia.

POSICIONAMIENTO PERDIDO

El principal bastión del modelo de Radio Ciudadana se basa en la construcción de espacios presentados y diseñados por las organizaciones sociales y su periódica rotación. En ese sentido busca presentar el mayor número de programas posibles para asegurar la pluralidad y la mayor representación posible de organizaciones. Comúnmente, existen entre veinte y cuarenta producciones al aire simultáneamente de los temas más diversos, más aquellas producciones que genera la propia emisora o el IMER como institución y aquellos programas que por ley se está obligado a transmitir. En ese universo es lógico pensar que existen buenas ofertas de contenido, realizadas con calidad, creatividad y profesionalismo. Muchas veces se trata de temáticas altamente especializadas como la fibromialgia o las poblaciones callejeras, para los que es factible que algunos escuchas puedan estar interesados en su sintonía a conciencia y no sólo como telón de fondo que, como ya señalábamos, es la forma más común de consumir el medio.

Sin embargo, la frecuencia y horario de transmisión de un programa en Radio Ciudadana representa un obstáculo para quien quiere seguir puntualmente sus emisiones. Para explicarlo de manera más práctica, si se encuentra un contenido de interés, pero que sólo se transmite un día lunes a las diez de la mañana, dado que es complicado inscribir su sintonía en el hábito de

la persona, deberían existir alternativas viables para hacerlo. La emisora debería tener la posibilidad de poner a disposición del interesado el programa respectivo en línea o en distribución vía *podcast*, para favorecer así dos asuntos: la penetración del tema entre la audiencia y la promoción de boca en boca de la estación para poder incidir eventualmente en su rating.

Aquí, el obstáculo es francamente un tecnicismo que pudiera calificarse de ridículo: existe la renuencia sindical a permitir la grabación de la transmisión de un programa –materia fundamental para poder poner a disposición del radioescucha el audio– debido a que, dentro de las responsabilidades del “operador de consola”, no está la de grabar, acción que corresponde por catálogo de plazas¹⁷ –y de ingresos– a un “operador-grabador”.¹⁸ Por otra parte, el Instituto, no ha podido establecer una sana negociación con el sindicato debido a que no tiene el presupuesto para poder cambiar las asignaturas de su plantilla o la apertura sindical suficiente.

En agosto de 2013, los 71 *podcasts* que tenía disponibles el IMER superaron el millón de descargas/escuchas/vistas. Ninguno de los podcasts forma parte de Radio Ciudadana, irónicamente, la emisora del Instituto que tiene más programas y más contenidos específicos.

¹⁷ Diario Oficial de la Federación, *Contrato Ley de la Industria de la Radio y la Televisión con vigencia del 1 de febrero de 2012 al 31 de enero de 2014*, (01 de 03 de 2012). Disponible en: http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5235974&fecha=01/03/2012.

¹⁸ La diferenciación entre operador y operador-grabador, reside justamente en que cuando se hizo la clasificación, los segundos requerían de un conocimiento específico que implicaba la operación de una serie de instrumentos técnicos que permitieran la grabación de un programa; sin embargo, la tecnología ha permitido que esto se realice con tan sólo apretar un botón en cabina, sin que tenga que mediar el conocimiento especializado de por medio. Ese botón, hace la diferencia.

EL POSICIONAMIENTO FAVORABLE

No todo son malas nuevas. En la encuesta anual que realiza la empresa Parametría desde 2009 sobre la percepción de la radio pública y del IMER,¹⁹ se puede observar que existen valores intangibles asociados al Instituto que se desprenden de su actuar como medio de servicio público. En este sentido, los dos identificadores que mejor representan a una radio de esta naturaleza según los encuestados son “Una radio al servicio de los ciudadanos” y “Una radio en la que hay libertad de expresión”. Es fácil argumentar por qué Radio Ciudadana aporta argumentos incuestionables para contribuir a que el IMER cumpla con esta expectativa. En el mismo sentido, cuando se ha solicitado en el ejercicio comparar una serie de rubros valorales entre el Instituto y la radio en general, se ha obtenido año con año un diferencial significativo a favor del primero en cada uno de ellos (ver Tabla 1). Algunos, como el contacto y la participación ciudadana o la pluralidad son difíciles de no relacionar con el trabajo que realiza la Radio Ciudadana todos los días.

Es otras palabras, aunque los datos no están desglosados por emisora y a pesar de sus índices de audiencia, como variables *proxy*, no resulta aventurado pensar que la existencia y promoción de Radio Ciudadana ha logrado inocular la idea en algunos radioescuchas familiarizados con ella de que el IMER como “marca”, cumple con ciertos requisitos y expectativas de una radio de servicio público en un contexto democrático y de apertura de medios.

¹⁹ Cfr. Parametría. *Evaluación de la radio pública en México y el Instituto Mexicano de la Radio, 2012*. (México: Parametría, 2012).

ATRIBUTOS	2010				2011				2012			
	RADIO EN GENERAL		DIFERENCIA IMER-RADIO EN GENERAL EN LA AUDIENCIA		RADIO EN GENERAL		DIFERENCIA IMER-RADIO EN GENERAL EN LA AUDIENCIA		RADIO EN GENERAL		DIFERENCIA IMER-RADIO EN GENERAL EN LA AUDIENCIA	
	IMER	AUDIENCIA	IMER	AUDIENCIA	IMER	AUDIENCIA	IMER	AUDIENCIA	IMER	AUDIENCIA	IMER	AUDIENCIA
Respeto	8.4	6.1	8.9	2.3	8.9	6.0	8.9	2.9	8.9	5.9	8.9	3.0
Honestidad	8.0	5.8	8.4	2.2	8.4	5.8	8.3	2.6	8.3	5.3	8.3	3.0
Equilibrio en la programación	7.7	5.8	8.2	1.9	8.2	5.6	8.3	2.6	8.3	5.2	8.3	3.1
Responsabilidad	8.0	5.9	8.5	2.1	8.5	5.9	8.5	2.6	8.5	5.7	8.5	2.8
Compromiso	8.1	5.9	8.4	2.2	8.4	6.0	8.4	2.4	8.4	5.8	8.4	2.6
Veracidad	7.8	6.0	8.1	1.8	8.1	5.9	8.1	2.2	8.1	5.5	8.1	2.6
Pluralidad	7.9	6.3	8.2	1.6	8.2	6.2	8.4	2.0	8.4	5.9	8.4	2.5
Oportunidad de los contenidos	7.8	6.2	8.1	1.6	8.1	6.2	8.1	1.9	8.1	5.8	8.1	2.3
Independencia	7.3	5.9	7.7	1.4	7.7	5.9	7.7	1.8	7.7	5.5	7.7	2.2
Contacto y participación ciudadana	7.8	6.3	8.2	1.5	8.2	6.4	8.2	1.8	8.2	6.1	8.2	2.1
Libertad de expresión	7.7	6.5	8.1	1.2	8.1	6.5	8.1	1.6	8.1	6.1	8.1	2.0

Tabla 1.

ÚLTIMAS CONSIDERACIONES

Decíamos, en un principio, que el lanzamiento de La Radio de los Ciudadanos fue un acto valiente. Para sostenerlo, además de lo ya expuesto, es conveniente citar a Ricardo Haye cuando habla de la oferta radiofónica:

“Damos lo que el público pide”, se defienden algunos. Pero ocultan que no han ofrecido a ese público para que finalmente escoja. En consecuencia, la audiencia pide entre aquellas cosas que conoce.²⁰

Radio Ciudadana fue y continúa siendo una posibilidad distinta de escucha para las audiencias, una emisora con opciones amplísimas de contenidos y formatos que apelan a ese escucha crítico, curioso, al ciudadano que quiere escuchar voces y perspectivas distintas de nuestra realidad.

Pero como elegir es renunciar, es probable que el modelo de Radio Ciudadana no sea nunca el más exitoso, que permanezca, a pesar de los loables esfuerzos de anteriores y presentes administraciones del Instituto, como el referente de un formato de difícil consolidación; pero sin lugar a dudas, es posible considerarla como un hito en la historia de los medios públicos en el país y una de las principales razones que dan significado, legitimidad y fortaleza al Instituto Mexicano de la Radio ahora y a futuro.

BIBLIOGRAFÍA

- DEAN, J. *Making habits breaking habits: How to make changes that stick*. Gran Bretaña: Oneworld Publications, 2013.
- Diario Oficial de la Federación. *Contrato Ley de la Industria de la Radio y la Televisión con vigencia del 1 de febrero de 2012 al 31 de*

²⁰ R. HAYE, *Hacia una nueva radio*, (Buenos Aires: Paidós, 2011), 131.

- enero de 2014, (01 de 03 de 2012). Disponible en: http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5235974&fecha=01/03/2012
- ESTEINOU Madrid, Javier (Coord). En *La radio de los ciudadanos. A un año de su creación*. México: IMER, SEGOB, 2004.
- GELLER, V. *The Powerful Radio Workbook*. Estados Unidos: Library of Congress, 2000.
- HAYE, R. *Hacia una nueva radio*. Buenos Aires: Paidós, 2011.
- IMER. Guía de Operación y Funcionamiento de Radio Ciudadana. (22 de 11 de 2012). Disponible en: http://radiociudadana.imer.mx/wp-content/uploads/2013/07/guia_de_operacion_radio_ciudadana_2012.pdf
- IMER. *Apartado Conócenos del sitio web de Radio Ciudadana*. (18 de 02 de 2014). Disponible en: <http://radiociudadana.imer.gob.mx/conocenos/>.
- IMER. Dirección de Investigación. *Perfil del Radioescucha trimestral (abril-junio 2013)*. México: Instituto Mexicano de la Radio, Dirección de Investigación, 2013.
- Nielsen IBOPE. *Página oficial* (14 de 02 de 2014). Disponible en: <https://www.ibopeagb.com.mx/productos/ram.php>
- Parametría. *Evaluación de la radio pública en México y el Instituto Mexicano de la Radio, 2012*. México, 2012.

RADIO CIUDADANA DEL PAPEL AL SONIDO. EXPERIENCIAS DE PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA

ISAAC PALACIOS GUERRA*

El sonido es nuestra más íntima huella, la parte medular de ese patrimonio intangible que cada pueblo crea, conserva, difunde de nuestra identidad, esa riqueza que no tocamos y hasta hace muy poco no podíamos apresar, es una parte fundamental de nuestra espiritualidad, de nuestra alma.

Lidia Camacho ¹

La producción radiofónica es trabajar con el sonido, un oficio que se convirtió en profesión; una especialización comunicativa, una actividad imaginativa: un arte. Es también un ejercicio multidisciplinario que a menudo desafía lo teórico y se aventura en la experimentación del ensayo y el error. Un conjun-

* Coordinador de Enlace y Productor de Radio Ciudadana (2004-2015).

¹ Recopilación de ponentes, *Memorias del Tercer Encuentro Internacional de la Radio* (México: Radio Nederland, 2005), 15.

to de elementos que se conjugan para un objetivo en común: la realización y transmisión de un contenido auditivo que alcanza la trascendencia cuando llega a su destino, el escucha.

El siguiente texto tiene por objetivo plasmar el devenir y los avatares que en materia de producción radiofónica se han dado en Radio Ciudadana, desde la perspectiva de quien llegó a esa emisora como ciudadano coordinador de un contenido infantil, después como productor de la emisora y más tarde como responsable de enlace con los equipos ciudadanos. Partiremos de los conceptos clave en tono a la producción radiofónica, después apuntaremos las peculiaridades de la producción de servicio público para concluir con el testimonio de las tareas de producción de la 660.

LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA

La generación de contenidos radiofónicos, en términos simples, se divide en tres grandes fases:

- La preproducción o la creación de los conceptos. En esta etapa se selecciona el formato, estructuran los contenidos, y se crean documentos base como guiones o escaletas.
- La producción: El momento en el que se ejecuta lo planeado, donde la práctica reta a la teoría y lo plasmado en papel se transforma en sonido.
- La postproducción: En el caso de los programas grabados, es la corrección y el detalle, el embellecimiento y el montaje de todos los elementos sonoros.

Una vez concluidos estos tres pasos suele venir una evaluación general e intercambio de puntos de vista con los distintos actores que participan. No se puede considerar este proceso como exitoso si los factores técnicos no hacen llegar de manera correcta el mensaje al radioescucha.

Cualquier proyecto comunicativo debe tener claro a quién se dirige, a quién le habla y, sobre todo, cómo son esas personas, qué piensan y cuáles son sus necesidades en términos de comunicación e información.

El productor cuenta con distintos recursos para tener un acercamiento más preciso al perfil general de su público. Uno de ellos, y probablemente el más importante, es tener acceso a estudios cualitativos y cuantitativos. En el caso del IMER, estos son realizados por la Dirección de Investigación. Esta área lleva a cabo, con apoyo de encuestas y otras herramientas de investigación, una labor muy importante para conocer quién es esa persona que nos escucha.

Las técnicas actuales permiten seleccionar un grupo de radioescuchas que represente diferentes características y hacerles una serie de preguntas sobre sus gustos, preferencias, afinidad con la emisora y sugerencias a la misma. El informe que se genera al finalizar este proceso resulta de suma importancia para saber si estamos respondiendo o no a las necesidades de la audiencia, y cómo podemos mejorar.

No necesariamente quienes escuchan atentamente los contenidos tienen el deseo de comunicarse o manifestarse; esto no guarda relación con el cumplimiento o no del objetivo de un programa. Es decir, cuántas veces hemos escuchado sumamente interesados una serie de radio y no por ello sentimos la necesidad de llamar o mandar un mensaje; simplemente, nos quedamos con nuestra opinión; por eso resultan todavía más útiles los estudios, ya que estos también recogen las impresiones de ese público que se abstiene de expresarse por iniciativa propia.

Existen recursos que pueden incentivar o activar la participación, uno de ellos es cuestionar a la audiencia a través del locutor o conductor del programa. Otra forma, muy socorrida hoy en día la constituyen las redes sociales, las cuales paulatinamente han superado la participación telefónica.

Finalmente, otro recurso, quizá más propio de la radio comercial pero que generalmente funciona en cualquier caso, son los regalos y las promociones; una dinámica bien diseñada puede ser una fuente interesante de información. Es importante, además, leer atentamente los comentarios y hablar directamente con los radioescuchas para tener una idea más clara de cómo es la comunidad que sigue nuestro programa.

Un buen productor conoce a su audiencia y sabe utilizar los recursos a su alcance para lograr el objetivo de cada emisión. Definir el perfil de la persona a cargo de la producción radiofónica resulta complejo, pero, a grandes rasgos, debe contar una amplia cultura general; un importante acervo sonoro (música, ambientes, efectos de sonido); conocimientos de apreciación musical; un espíritu de investigación y habilidad para el diseño estratégico y la logística; creatividad para resolver problemas; una gran imaginación y una agenda para contactar a las personas adecuadas, de acuerdo a los fines requeridos.

El lenguaje de la radio es emotivo, el productor de contenidos auditivos requiere de una gran sensibilidad para elaborar mensajes que no solamente estén cargados de información fidedigna y confiable, sino también clara, sencilla y memorable. Esto se puede lograr llegando a las emociones del escucha, aludiendo a sus marcos de referencia, a sus vivencias, a su cotidianidad y a su manera de entender el mundo que le rodea.

LA PRODUCCIÓN EN EL SERVICIO PÚBLICO

¿Cómo entender un medio de comunicación como Radio Ciudadana desde el punto de vista de la producción? Para responder esta pregunta hay que responder primero las siguientes: ¿cuál es la Misión, Visión y Valores del Instituto Mexicano de la Radio como medio de servicio público?

Estos planteamientos pueden parecer una obviedad, pero resulta muy importante saber *desde dónde estamos hablando*; la claridad en estos conceptos, que parecen tan básicos, debe ser el eje rector de la elaboración de los contenidos radiofónicos.

La Misión del Instituto Mexicano de la Radio es: “Producir, programar y transmitir contenidos radiofónicos que estimulen el conocimiento, la comprensión y el análisis para consolidar una comunicación pública incluyente, participativa y plural”.

Mientras que su Visión expresa:

Conformar una oferta radiofónica y de comunicación de servicio público, con presencia nacional e internacional, referente por la representatividad social y cultural de su programación, la calidad de sus emisiones y la credibilidad de sus contenidos.

Además, es importante mencionar que el IMER cuenta con un *Código de Ética* y un *Manual de Estilo Radiofónico* con recomendaciones de uso correcto del lenguaje y consejos generales para la práctica cotidiana:

El personal y los colaboradores del Instituto Mexicano de la Radio tienen siempre presente la responsabilidad social que implica la libertad de expresión y el derecho a la información desde un medio público de comunicación y asumen como propios los principios del IMER.²

Radio Ciudadana se creó para dar cumplimiento cabal de los objetivos del Instituto y de lo que debe ser una emisora de servicio público, es decir, la existencia de una radio operada, financiada y dirigida por el IMER, con el valor agregado de incluir en su programación contenidos diseñados y producidos por ciudadanos y ciudadanas con o sin especialidad alguna en medios de comunicación.

² Código de Ética del Instituto Mexicano de la Radio, (México 2012), 10.

Uno de los teóricos más autorizados en materia de radiodifusión con enfoque social y cultural, Mario Kaplún dice lo siguiente sobre la utilidad de este medio:

La radio aspira, pues, a ser útil herramienta de trabajo en manos de aquéllos que, sintiendo la comunicación como una vocación, no ven en la radio tan sólo una profesión y un medio de vida, sino que la conciben como un instrumento de educación y cultura populares y como una promotora de auténtico desarrollo que piensan que éste, como todo medio de comunicación colectiva, tiene una función social que cumplir, un aporte que hacer frente a las urgentes necesidades de las masas populares de nuestra región.³

Por su parte, el dramaturgo y poeta alemán Bertolt Brecht expone:

La radio sería el más fabuloso aparato de comunicación, es decir, lo sería si supiera no solamente transmitir, sino también recibir, no solamente hacer oír al radioescucha sino también hacerle hablar y no aislarle.⁴

Atendiendo a estos principios y sumándolos a muchas otras voces autorizadas que también han hecho énfasis en la función social de la radio, podemos ubicar la importancia que pueden revestir de los medios públicos de comunicación. Quienes hemos trabajado en estos sabemos de la relevancia de entender su Misión para actuar en el marco de una labor que atienda prioritariamente las necesidades e intereses de los escuchas, pero también –y, sobre todo– su necesidad de expresión.

Uno de los retos fundacionales de Radio Ciudadana fue, precisamente, el de convertir al escucha en un participante activo,

³ Mario Kaplún, *Producción de programas de radio*, (Ecuador: CIESPAL, 1999), 22.

⁴ Cristina Romo, *La otra radio, voces débiles, voces de esperanza*, (México: IMER-Fundación Manuel Buendía, 1990), 6.

informado y consciente de sus derechos; crear una emisora que no solamente transmitiera mensajes por las ondas hertzianas, sino que formara comunidad, en el sentido en el que este concepto es entendido por la doctora Guillermina Baena Paz en su libro *Comunicación en el trabajo comunitario*:

¿Cómo reconocer a una comunidad? Toda comunidad es un grupo y como tal, debes conocer cómo son los grupos, cómo reaccionan y cómo están integrados, cada grupo está constituido por personas que tienen diferentes necesidades.

La participación es esa acción organizada, racional y consciente que un grupo social realiza con el propósito de expresar iniciativas, necesidades y demandas, definir intereses y valores comunes, alcanzar objetivos económicos, sociales y políticos e influir directa e indirectamente en la toma de decisiones para mejorar la calidad de vida de sus miembros de modo solidario y correspondiente.⁵

UN TESTIMONIO DESDE LA 660

Desde aquel tan citado 2003, año en que iniciara transmisiones La Radio de los Ciudadanos en el 1350 de AM, se han acumulado una gran cantidad de experiencias de aprendizaje.

La Primera Convocatoria de Proyectos Ciudadanos de Radio fue publicada en 2002, unos meses antes de la salida al aire de la emisora. Se recibieron ciento cuarenta y cinco proyectos de organizaciones sociales, colectivos y ciudadanos. De éstos, sesenta fueron seleccionados para iniciar transmisiones.

En esos primeros meses de existencia, había que enfrentarse un hecho concreto, el personal humano que el IMER podía poner a disposición de los proyectos era limitado, por lo que se recurrió a dar capacitación a los grupos ciudadanos para que, con la

⁵ Guillermina Baena, *Comunicación en el trabajo comunitario*, (México: Pax, 1989), 13.

asesoría y apoyo del equipo de la emisora, pudieran sacar a flote sus producciones. Fue así que, poco a poco, los equipos ciudadanos fueron aprendiendo y, también hay que decirlo, con ensayo y error, fueron mejorando la calidad de sus emisiones.

El equipo de producción de Radio Ciudadana tenía la responsabilidad de conducir, orientar y capacitar a los colectivos ciudadanos para llevar a buen puerto los programas; había, como es de imaginarse, una gran disparidad en la calidad de un programa respecto de otro. Esto, debido a que algunas organizaciones contaban con más presupuesto para sus proyectos, e incluso personal capacitado contratado *ex profeso* para encargarse de la producción.

En otros casos, la nulidad de conocimientos sobre el medio requería un trabajo más profundo y demandante. Si a esto sumamos la multiplicidad temática, daba como resultado lo que técnicamente se conoce como una emisora multiperfil, no sólo en cuanto a la música, sino en sus contenidos hablados. Ha habido programas sobre cultura vial, cuidado de los animales de compañía, infantiles, sobre tercera edad, discapacidad, historia, equidad de género o derechos de las juventudes entre muchos otros tópicos.

Esta situación, de acuerdo con los estudios que realiza constantemente la Dirección de Investigación del IMER, da como resultado el no contar con un perfil definido de audiencia, sino varios perfiles que sintonizan de acuerdo con su interés en una o algunas series; es decir, el escucha busca un programa en específico y no siempre le interesa el resto de la programación.

Para poder generarle una identidad a la emisora dentro de esta plataforma múltiple de contenidos disímolos, había que hacer un trabajo muy fino de lo que en el *argot* de la radio llamamos “imagen sonora” o “vestido sonoro”. En otras palabras, generar elementos auditivos recurrentes que le dieran unidad, tales como las identificaciones oficiales, los autopromocionales, los rompecortes, las rúbricas y salidas de programas a partir de la búsqueda de conceptos comunes en la diversidad.

Otras acciones, como dotar de voces reconocibles y una estética sonora uniforme, ayudó, si cabe la analogía, a que este “condominio”, dentro de su pluralidad, estuviera pintado del mismo color para existir como una unidad; no en vano el primer *slogan* de la emisora fue “un espacio compartido” y –en efecto– eso era, un multifamiliar, donde se congregaban ciudadanos de distintos perfiles, pero con el mismo objetivo de comunicar sus ideas y compartir sus inquietudes.

El aprendizaje derivado de este trabajo inicial fue muy enriquecedor, mientras nosotros “la gente de radio” orientábamos a los grupos ciudadanos sobre conceptos, lenguaje, comportamiento, señas, usos y costumbres y hasta jerga de la radiodifusión; a su vez, nos sensibilizamos y conocimos a fondo distintas problemáticas sociales y valoramos la importancia de utilizar un lenguaje inclusivo y evitar las estigmatizaciones.

Dentro de los aprendizajes relacionados con un lenguaje incluyente contamos aquéllos vinculados a la equidad de género. En vez de plasmar en un guion una oración como “la historia del hombre”, las organizaciones feministas nos sugerían sustituir con “la historia de la humanidad”. Este cambio de perspectiva, de hecho, es el que llevó a que, en 2006, cuando la propuesta radiofónica fue mudada del 1350 de amplitud modulada al 660 (aumentando la potencia de transmisión a 50,000 watts), la denominación de la emisora cambiara de La Radio de los Ciudadanos a “Radio Ciudadana”, sin duda un nombre mucho más incluyente, además de corto y fácil de recordar (incluso más compatible con la forma en que coloquialmente era llamada por el público. En algunos estudios de audiencia, las personas contestaban a la pregunta ¿qué estación de radio escucha? “Escucho la ciudadana” o simplemente “Ciudadana”).

Teníamos, entonces, una emisora ya conformada, integrada por programas realizados por ciudadanos, otros realizados por el IMER y música de diversos géneros que se iba depurando y que iba encaminándose hacia la música popular urbana (trova,

blues, hip hop, rock, canto nuevo, rupestre) y regional mexicana; además de un vestido sonoro que articulaba y daba identidad.

No obstante, el cuerpo directivo del IMER y El Consejo Ciudadano de Programación tenían una legítima duda planteada por el Dr. Javier Esteinou Madrid en una sesión ordinaria de tal Consejo: ¿Qué es lo que vamos a considerar ciudadano?

Con esta sencilla, pero muy profunda pregunta, se definió qué tipo de contenidos debían considerarse para ser transmitidos por esta radio y cuáles no. En retrospectiva y revisando las ocho convocatorias que se han lanzado hasta hoy, los programas ganadores y los temas que han abordado, se ha considerado ciudadano todo aquello que está en el ámbito del derecho de las personas a una vida plena y feliz, con salud, sin violencia, con equidad, una buena economía y respeto a la diversidad; por lo tanto, Radio Ciudadana fue creada para construir una mejor ciudadanía, más informada y saludable, que participe políticamente, exigiendo derechos y cumpliendo con sus obligaciones.

Por otro lado, la elección del formato radiofónico más adecuado para cada programa ha sido una atribución del IMER; si bien hay una propuesta inicial en el proyecto presentado originalmente por la ciudadanía, en muchos casos se han hecho sugerencias y cambios en beneficio de las series; muchos contenidos adquieren una forma más atractiva en formatos cortos como una cápsula breve, o el objetivo se cumple mejor si se elige una dramatización para ejemplificar una situación concreta, en vez de una cápsula informativa.

La sinergia entre el IMER y las organizaciones sociales no solamente ha dado como fruto la creación de más de dos centenas de series radiofónicas, sino también un conjunto de campañas de difusión para concientizar y sensibilizar sobre temas como: detección temprana del cáncer, uso racional del agua, cultura vial, cultura de la discapacidad y libre acceso, respeto a las áreas naturales protegidas, erradicación de la violencia contra las mujeres.

A partir de la Sexta Convocatoria de Proyectos Ciudadanos de Radio, el IMER, asignó, en 2010, de acuerdo a su perfil y área de especialización, a un productor o productora para cada nueva serie; esto permitió que se pusiera una atención más personalizada a las necesidades de las agrupaciones ciudadanas y hubiera un acompañamiento y supervisión más efectivos.

Naturalmente, no todas las experiencias son de éxito. Existen casos en los que colectivos, organizaciones legalmente constituidas o ciudadanos a título personal que han resultado ganadores, no han podido mantener la calidad en sus emisiones, debido a otros compromisos de trabajo, desgaste o falta de presupuesto; sin embargo, estos casos son contados. Mayoritariamente, se puede hablar de un gran entusiasmo y compromiso para hacer funcionar este proyecto radiofónico ciudadano.

Se podrían mencionar algunas áreas de oportunidad que la experiencia ha ayudado a identificar para la mejora continua de los grupos ciudadanos. A menudo, cuesta trabajo definir el objetivo real y alcanzable de la emisión, ya que en el proyecto escrito se presentan propuestas muy ambiciosas que, por diversas razones, técnicas, humanas y hasta de naturaleza sindical, no se pueden llevar a cabo, por lo que hay que aterrizar la viabilidad con las condiciones y recursos existentes.

Es común también que haya dificultad para el establecimiento de un público meta. La ciudadanía suele en sus proyectos definir a sus destinatarios como “público en general” y difícilmente quiere acotar, en la mayoría de los casos porque al tener pocas vías de difusión de su trabajo, suponen que aprovechar la radio es crear contenidos para todo público; lo anterior suele obstaculizar el uso de estilos, estrategias creativas y formas de producción más focalizadas y efectivas.

En cuanto al tratamiento de los contenidos, a menudo ocurre que las organizaciones emplean un lenguaje especializado que resulta difícil de entender para la audiencia. La dificultad para comprender un contenido puede ocasionar que el escucha sim-

plemente se pierda, presione un botón y busque otra opción en el cuadrante. Aunado a lo anterior, los informes reportan que el periodo de permanencia de los escuchas es cada vez más corto. En general se cuenta con poco tiempo para cautivar y mantener a la audiencia, lo que representa un reto cada vez mayor y una competencia mucho más amplia, pues los integrantes de las nuevas generaciones se sienten menos sujetos a los contenidos que el emisor decide y crean su propio patrón de consumo de acuerdo con sus intereses y tiempos disponibles.

Por esta razón, Radio Ciudadana debe también transitar hacia la programación de contenidos bajo demanda y en línea para no quedar rezagada con respecto a otros medios que en cuestión de minutos suben los programas para su descarga o escucha en línea. Es imperativo también considerar que la emisora fue una de las pioneras en el cuadrante digital, y transmite actualmente en el canal HD2 del 107.9 lo que se traduce en la necesidad de un mayor cuidado en la calidad técnica de los elementos auditivos a presentar y aumentar los estándares de calidad de las producciones radiofónicas.

La presencia de Radio Ciudadana en el cuadrante de HD cobrará relevancia con el tiempo, ya que estará en igualdad técnica con otras emisoras públicas y comerciales, eliminando así la gran desventaja de encontrarse actualmente en la amplitud modulada, que estadísticamente ha ido perdiendo audiencia.

Finalmente, en la producción y diseño de audio, la forma es fondo. La presentación, y el nivel de detalle y cuidado de los elementos puede ser la diferencia para ganar escuchas. Por esto, también prioritario capacitar debidamente a las personas de la ciudadanía que hacen uso del micrófono, no en un sentido restrictivo de la libertad de expresión pues no se trata de supervisar el contenido, sino la forma de expresarlo.

Quien esté al frente del micrófono debe tener la capacidad de transmitir la información de manera acertada, veraz, empática, sonora y discursivamente atractiva; con sencillez y sensa-

tez, usando siempre un lenguaje incluyente, siendo respetuoso de los términos y prudente en su trato con invitados, además de congruente con los objetivos de la emisora y de la organización que representa. No sólo por ética personal, sino por el necesario respeto a los valores del IMER y a su Código de Ética.

En términos de producción de radio, que es mi área de especialidad, puedo decir que la experiencia de participar en un medio ciudadano como éste ha cambiado completamente mi forma de concebir la comunicación mediática. La idea de que los medios son emisores que envían mensajes a un público receptor que los decodifica y –con base en esto– que el individuo es llevado a una acción, nunca me pareció más obsoleta, a pesar de que la conformación estructural de un medio como la radio es lineal, es decir, técnicamente la radio está diseñada para difundir, para irradiar mensajes y no hay un mecanismo ni un dispositivo de retroalimentación.

Radio Ciudadana, así como muchas radios de tipo comunitario, universitario y de otras índoles similares han encontrado la manera de ser medios que envían, pero que también reciben mensajes y están en un constante intercambio que ha roto con éxito la unidireccionalidad y ha cumplido con los ideales de funcionalidad y relevancia social que muchos teóricos plantean como escenarios utópicos.

A más de diez años de su creación, miles de peticiones ciudadanas de difusión han sido atendidas a través de diversos mecanismos, más de doscientas series provenientes de convocatorias públicas se han producido; se han puesto al aire cientos de campañas, conciertos gratuitos y la participación diaria de ciudadanos y ciudadanas que ejercen su libertad de expresión de manera efectiva. Radio Ciudadana es un modelo que ha demostrado sobradamente su éxito, y si bien no es suficiente, ni libera a los otros medios de su responsabilidad de dar voz a la ciudadanía, sí es un ejemplo de una radio pública en su máxima expresión.

BIBLIOGRAFÍA

BAENA, Guillermina. *Comunicación en el trabajo comunitario*. México: Pax, 1989.

Código de Ética del Instituto Mexicano de la Radio. México, 2012.

KAPLÚN, Mario. *Producción de programas de radio*. Ecuador: CIESPAL, 1999.

Recopilación de ponentes. *Memorias del Tercer Encuentro Internacional de la Radio*. México: Radio Nederland, 2005.

ROMO, Cristina. *La otra radio, voces débiles, voces de esperanza*. México: IMER-Fundación Manuel Buendía, 1990.

RADIO CIUDADANA EN LA ERA DIGITAL Y CONVERGENTE

Sandra VÁZQUEZ SALAZAR*

El futuro viene marcado por la digitalización de la señal, por la comunicación sin cables, los dispositivos portátiles y las tecnologías de internet.

Carmen Peñafiel y Nereida López

A finales del siglo veinte, con la llegada de la digitalización, comenzó a gestarse una revolución tecnológica que llegaría a las entrañas de los medios masivos de comunicación. Los cambios han sido rápidos y sorprendentes. La facilidad con la que ahora se puede manejar la información fue, en algún momento, inimaginable. Se trata de un proceso vigente, en expansión, del cual han surgido nuevos actores, tecnologías y lenguajes que, en conjunto, han ido modificando los intereses de la industria de la cual emergen, misma que a su vez, ha reorganizado el mapa mediático internacional, conforme al desarrollo del moderno sistema de comunicación digital.

* Locutora de Radio Ciudadana desde 2006.

Actualmente, en México los medios están migrando del paradigma analógico al digital, reto que no ha resultado nada sencillo debido a la multiplicidad de factores que intervienen en la transición: económicos, políticos, sociales, culturales, educativos, tecnológicos, entre otros. La transformación de la radio nacional tiene lugar en una realidad multimedia global, donde son dos conceptos fundamentales: la digitalización y la convergencia.

¿QUÉ ES LA DIGITALIZACIÓN?

Para estar en condiciones de responder esta pregunta es importante tener claridad en la definición de tres conceptos clave: información, comunicación y telecomunicaciones. Para ello se ha recurrido a la obra del Ingeniero Enrique Herrera Pérez,¹ quien los define así:

información es un conjunto de datos que representan ideas [...] comunicación se define como la impartición, envío o intercambio de información entre diferentes entidades [...] telecomunicaciones significa la transmisión a distancia de información mediante procedimientos electromagnéticos.²

De tal forma que, siguiendo la definición que tenemos de información –un conjunto de datos– si ésta se quiere enviar por medios de telecomunicación (transmisión a distancia) se debe codificar en forma eléctrica, esto es, convertir en una señal o mensaje eléctrico. Una señal es la manifestación eléctrica de la información³ y sólo de esta forma podrá enviarse sobre los conductores y centrales que forman el mecanismo de transporte de

¹ Ingeniero en Comunicaciones y Electrónica, especialista en Telecomunicaciones, por el Instituto Politécnico Nacional.

² Enrique Herrera Pérez, *Introducción a las telecomunicaciones modernas*, (México: Editorial Limusa, Grupo Noriega Editores, 1998), 21

³ Cfr. Herrera Pérez, *Introducción...*, 32.

las redes de telecomunicaciones. Por otra parte, en telecomunicaciones el mecanismo de transporte más sencillo de una señal eléctrica consiste en dos conductores eléctricos, donde uno es el transmisor y el otro el receptor de este tipo de señales.

La información que se envía sobre los sistemas de telecomunicaciones se clasifica en dos tipos: información analógica e información digital o de datos; por lo tanto, existen dos métodos básicos de codificación de información para transmitirla en forma eléctrica: la codificación analógica y la codificación digital.

La codificación analógica consiste en crear una onda eléctrica o señal correlativa a la forma de onda de la información natural, es decir, la forma de este tipo de onda corresponde a la forma de onda de la información que representa, como es el caso de un patrón de onda de voz o una imagen televisiva.

Este tipo de señales se crea gracias al uso de los transductores. “Un transductor es un dispositivo que convierte una forma de energía en otra forma de energía”,⁴ por ejemplo: el sonido de una guitarra acústica se transformará en una señal eléctrica o analógica al pasar por un micrófono, ya que éste es el transductor indicado para convertir la energía sonora en una señal eléctrica. Al respecto Mirabito afirma lo siguiente:

ciertos transductores pueden considerarse extensiones de nuestros sentidos físicos, ya que pueden convertir lo que decimos, oímos o vemos en señales que pueden ser procesadas, almacenadas y eventualmente transmitidas [...] Podemos considerar las “palabras habladas”, las ondas sonoras, una forma natural de la información que nuestros sentidos “perciben”. Un transductor convierte esta categoría de información natural, entre otras, en una representación eléctrica. El transductor actúa en esta situación como un enlace entre nuestros sistemas de comunicación y el mundo natural.⁵

⁴ Michael M. A Mirabito, *Las nuevas tecnologías de la Información*, (Barcelona: Gedisa, 1998), 35.

⁵ Mirabito, *Las nuevas tecnologías...*, 36.

En resumen, “las señales analógicas surgen cuando una forma de onda física, tal como una onda acústica o lumínica, se convierte en una señal eléctrica”.⁶ Las señales son analógicas porque son representaciones o réplicas eléctricas de las ondas naturales y tanto sus características como su comportamiento son correlativos. Es así que, en el caso del sonido de la guitarra acústica, las características que tenga el sonido “en vivo”, serán las mismas de su par, la señal eléctrica.

DEFINICIÓN DE UNA SEÑAL ANALÓGICA DE RADIODIFUSIÓN

Una señal analógica de radiodifusión se transmite en forma de ondas electromagnéticas. Es generada por sistemas electromagnéticos y enviada por una emisora radiofónica al espacio. Esta señal se caracteriza porque va perdiendo fidelidad en las distintas etapas de su recorrido, es decir, la claridad y la nitidez iniciales se ven afectadas por el ruido o estática propia de su proceso de transmisión. Esto es más evidente en las de Amplitud Modulada (donde se modula la amplitud), caso de Radio Ciudadana, cuya frecuencia es 660 AM. Una señal analógica es más proclive a sufrir interferencias debido, por un lado, a la densa concentración de frecuencias en el espacio electromagnético en algunas ciudades, y por otro, a causas orográficas, estos factores dificultan su adecuada sintonía.

CARACTERÍSTICAS DE LAS BANDAS DE AMPLITUD MODULADA (AM) Y DE FRECUENCIA MODULADA (FM)

Aunque la calidad de la señal de cada una constituya la principal diferencia entre ambas, en el siguiente cuadro se describen detalladamente las características de cada banda:

⁶ Mirabito, *Las nuevas tecnologías...*, 37.

AMPLITUD MODULADA (AM)	FRECUENCIA MODULADA (FM)	EXPLICACIÓN CIENTÍFICA
Las emisoras que corresponden a esta banda transmiten en Kilohertz	Las emisoras que se encuentran en esta banda transmiten en Megahertz	Un Hertz es la unidad de la frecuencia y es igual a un ciclo por segundo; una señal de un kHz es una señal que se repetiría mil veces en un segundo y en Megahertz, un millón de veces por segundo.
La AM tiene el potencial de reproducir señales de audio entre 4.5 y 5 KHz.	La FM puede reproducir hasta 16 KHz.	Las señales de audio van de 20 a 20,000 Hz (20KHz). Las señales de AM tienen una calidad de señal, al menos tres veces menor que la FM.
Opera en una banda de frecuencias muy baja: 535-1705 KHZ AM forma parte de un conjunto de frecuencias denominado MF, <i>Medium Frequency</i> , que va de 300 kHz a 3 MHz	Opera en una banda de VHF, 88 a 108 MHz. El término <i>Very High Frequency</i> se refiere a un conjunto de bandas de frecuencias que va de 30 MHz a 300 MHz.	Mientras más alta es la frecuencia, menor es su alcance o su capacidad para superar obstáculos, como edificios o montañas.
Se propaga por medio del terreno, por línea de vista y por la ionosfera (una de las capas de la atmósfera) en la noche. Pueden cubrir un área extensa de terreno, llega muy lejos, puede sobrepasar obstáculos orográficos sin que se pierda la señal. Las emisoras de AM son más livianas que las FM porque cargan menos datos.	Llega de 20 a 80 Km. Menos alcance que la AM. Esta banda está orientada a servir a poblaciones urbanas.	

Elaboración propia a partir del Acuerdo de Adopción de la Cofetel⁷ y el Libro blanco de Modernización y Conversión tecnológica digital de la Infraestructura radiofónica del IMER.

⁷ Acuerdo por el que se adopta el estándar para la radio digital terrestre y se establece la política para que los concesionarios y permisionarios de radiodifusión en las bandas 535-1705 KHz y 88-108 MHz, lleven a cabo la transición a la tecnología digital en forma voluntaria.

EL CÓDIGO BINARIO

Carmen Peñafiel y Nereida López⁸ explican que “con la ayuda de las matemáticas y la física, Shannon creó lo que hoy conocemos como lenguaje binario, un código compuesto de *ceros y unos*”⁹. Enrique Herrera afirma que el código binario es un método para representar cualquier cantidad numérica a través de series de dígitos binarios, esto es, combinaciones de los dígitos 0 y 1. Así lo expresa el autor:

La ventaja del sistema de código binario es la facilidad con la cual los números binarios se pueden representar en forma eléctrica. Como cada dígito, o bit, de un número binario sólo puede ser 0 ó 1, todo el número se puede transmitir fácilmente como serie de pulsos eléctricos de prendido o apagado.¹⁰

Con respecto a las letras del alfabeto, éstas pueden ser guardadas y enviadas sobre sistemas de comunicación con codificación binaria igual que los números, siempre y cuando se codifiquen previamente en binario con alguno de los sistemas existentes de codificación binaria para textos alfabéticos. Los cuatro más importantes –en orden cronológico– son: Morse, código Baudot (hoy alfabeto internacional IA2), EBCDIC y ASCII.

El código binario, al ser exclusivo de las computadoras, es conocido como *lenguaje de máquina*. Esta característica lo convierte en un código universal. En este contexto, cuando se utiliza la palabra *datos* se está haciendo referencia a “la información que se almacena y se procesa en las computadoras”¹¹ por lo tanto, este término se emplea para describir la información expresada

⁸ Profesoras e investigadoras de la Universidad del País Vasco.

⁹ Carmen Peñafiel Saiz, Nereida López Vidales, *Claves para la Era Digital. Evolución hacia nuevos medios, nuevos lenguajes y nuevos servicios*. (Bilbao: Universidad del País Vasco, 2002), 65.

¹⁰ Herrera Pérez, *Introducción...*, 61.

¹¹ Herrera Pérez, *Introducción...*, 61.

en caracteres alfanuméricos, es decir, la combinación de texto y números.

CODIFICACIÓN DIGITAL

La codificación digital significa convertir la información en una serie de pulsos eléctricos binarios o dígitos que pueden asumir uno de dos valores posibles de amplitud. En palabras de Michael M. A. Mirabito, una señal digital es “un flujo no continuo de pulsos de encendido/apagado (*on/off*). Una señal digital representa la información mediante un código que consiste en la secuencia de estados discretos encendido o apagado”.¹² Esta definición, de inicio, puede resultar complicada, pero si se complementa con la descripción que hizo Nicholas Negroponte¹³ de un bit,¹⁴ es decir, *que no tiene color, tamaño ni peso, viaja a la velocidad de la luz, es el elemento más pequeño en el ADN de la información, es un estado de ser: activo o inactivo, verdadero o falso, arriba o abajo, dentro o fuera, negro o blanco y que, por razones prácticas, se considera que un bit es un uno o un cero*,¹⁵ se va aclarando el panorama y es fácil deducir que una señal digital es un flujo de bits.

Al respecto, Negroponte explica que así como el mundo de la materia está hecho de átomos, el mundo digital –que es una representación del primero– se expresa en bits, por consiguiente, de manera muy sencilla, la digitalización es la transformación de átomos en bits.¹⁶

¹² Mirabito, *Las nuevas tecnologías...*, 38

¹³ Fundador, en 1985, del Laboratorio de Medios (Media Lab) en el Instituto de Tecnología de Massachusetts (Massachusetts Institute of Technology), MIT por sus siglas.

¹⁴ BIT significa: Binary digit, es español: dígito binario.

¹⁵ Nicholas Negroponte, *El mundo digital. Un futuro que ya ha llegado*, (Barcelona: Ediciones B, 1995), 28.

¹⁶ “Una cadena de 8 bits (llamada byte) tiene 256 permutaciones de unos y ceros empezando por 00000000 y terminando con 11111111.” Negroponte, *El mundo digital...*, 28.

¿QUÉ ES LA CONVERGENCIA MEDIÁTICA?

La revolución digital ha transformado la forma de operar de las industrias mediáticas tradicionales convirtiéndolas en medios convergentes con las nuevas tecnologías que van apareciendo. La digitalización inauguró un nuevo estadio en la historia de los medios y, por lo tanto, en el modo de comprender su funcionamiento y el comportamiento de sus audiencias. En la actualidad, tal como lo predijo Jenkins¹⁷ en 2008, “gracias a la proliferación de canales y a la portabilidad de las nuevas tecnologías informáticas y de telecomunicaciones, estamos entrando en una era en la que los medios serán omnipresentes”.¹⁸ Un claro ejemplo de esto son los teléfonos inteligentes o *smartphones*. Este tipo de dispositivo tecnológico popular, dada su sofisticación, se ha convertido en “el equivalente electrónico de una navaja suiza”.¹⁹ Un teléfono inteligente ofrece varios servicios a la persona usuaria: telefonía móvil, cámara de video y fotográfica, grabadora de voz, datos celulares –con la posibilidad de descargar una infinidad de aplicaciones diseñadas específicamente para este medio, que ofrecen una amplia gama de servicios como: radio en AM y FM; periódicos de todo el mundo, redes sociales, taxi seguro, clima, divisas, traductores y un largo etcétera–. Todo en un solo dispositivo, amigable y pequeño. No obstante, es importante subrayar que en la convergencia mediática no sólo confluyen los aparatos. Se trata de un proceso que, como ya se ha mencionado, nace de la digitalización, incide en todas las áreas de los medios e involucra a todos los actores participantes; por consiguiente:

¹⁷ Como es sabido, Henry Jenkins es un destacado profesor y sociólogo estadounidense que ha hecho importantes aportaciones al campo de los medios de comunicación. Al referirse a la convergencia mediática, enfatiza en el profundo cambio cultural que trae consigo esta emergente realidad en el campo de la comunicación.

¹⁸ Henry Jenkins, *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, (Barcelona: Edit. Paidós, 1998), 26.

¹⁹ Jenkins, *La cultura de la convergencia...*, 26.

La convergencia mediática es más que un mero cambio tecnológico. La convergencia altera la relación entre las tecnologías existentes, las industrias, los mercados, los géneros y el público. La convergencia altera la lógica con la que operan las industrias mediáticas y con la que procesan la información y el entretenimiento los consumidores de los medios.²⁰

Hablar de convergencia implica, entonces, referirse al conjunto de cambios que ha traído consigo el proceso de digitalización de los medios de comunicación. Esto es, transformaciones tecnológicas, industriales, culturales, sociales y económicas que han ido experimentando –a la par– tanto medios, como audiencias. Esta naciente etapa se rige por reglas nuevas que apenas están encontrando su lugar en el sistema que han reformado.

En el paradigma de la convergencia, el contenido que lanza una empresa mediática fluye simultáneamente por múltiples plataformas tecnológicas, así que las industrias involucradas se ven obligadas a consensuar el momento del lanzamiento y a coordinarse en el seguimiento de este contenido. Por esta razón las audiencias de estos medios tienen un “comportamiento migratorio”. En ese sentido:

la convergencia representa un cambio cultural, toda vez que se anima a las personas consumidoras a buscar nueva información y establecer conexiones entre contenidos mediáticos dispersos.²¹

Tal como lo afirmó Mariano Cebrián “nos situamos en un contexto multimedios”²² y esto implica forzosamente, un nuevo comportamiento que se ha ido desarrollando de manera intuitiva. Las audiencias descubrimos con asombro las nuevas posibilidades que nos ofrece la tecnología y vamos aprendiendo a la par de

²⁰ Jenkins, *La cultura de la convergencia...*, 26.

²¹ Jenkins, *La cultura de la convergencia...*, 26.

²² Mariano Cebrián Herreros, *La radio en la convergencia multimedia*. (Barcelona: Gedisa, 2001), 269.

nuestros descubrimientos a relacionarnos con los nuevos medios, es decir, los medios convergentes.

¿QUÉ ES LA RADIO DIGITAL TERRESTRE (RDT)?

La digitalización de la radio implica conformar un sistema de transmisión radiofónica totalmente digital, desde la primera etapa del recorrido de la señal de audio hasta su recepción.

Las plataformas tecnológicas de la RDT, que fueron desarrolladas durante los años noventa del siglo XX, hacen más eficiente el uso del espectro radioeléctrico al ser capaces de transmitir, de manera simultánea, dos o más (hasta cuatro) señales de audio independientes y diferentes entre sí, en el mismo canal. Todas con calidad digital, sin ruido. Por lo tanto, la RDT brinda la posibilidad a los radiodifusores de implementar una programación mixta de hasta cuatro emisoras distintas en la misma frecuencia. Es un sistema multimedia que también puede transmitir información extra en forma de texto, paralelamente a la transmisión de audio. Esto como parte de los servicios adicionales con los que cuenta la plataforma.

CARACTERÍSTICAS Y ALCANCES DE LA RDT

Todos los estándares tecnológicos de radiodifusión digital terrestre ofrecen, básicamente, los mismos beneficios. Lo que cambia es el tipo de banda de frecuencias para la cual fueron diseñadas.

En todos los casos, la señal de radiodifusión digital:

1. Mejora la calidad. Elimina el ruido: el ruido es análogo, no digital. La señal no presenta estática, interferencias o desvanecimientos.

2. Puede recibirse en aparatos fijos, portátiles y móviles: siempre y cuando exista suficiente producción y comercialización de cada uno de estos tipos de receptores.

Con respecto a la transmisión de información en forma de texto a la par de la programación radiofónica, se trata de un servicio que es posible gracias al sistema *Radio Data System* (RDS).²³ Los datos transmitidos pueden ir desde el nombre de la emisora, el título e intérprete de la canción, año de producción, género musical, clima, indicaciones GPS, imágenes, etcétera. Hay un sinnúmero de datos que se pueden transmitir a la audiencia, por ejemplo, una radio educativa podría enviar a sus oyentes archivos de texto de exámenes o imágenes que ilustren o fortalezcan la explicación hablada.

RADIO DIGITAL TERRESTRE EN MÉXICO

El 23 de febrero de 2011, el Pleno de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL), entonces órgano regulador de las telecomunicaciones y la radiodifusión, aprobó el Acuerdo para la adopción del estándar *In Band On Channel* (IBOC) para la Radio Digital Terrestre (RDT) en México. Con base en el documento de dicho acuerdo, la Cofetel sustentó su decisión en la experiencia internacional de la Comisión Interamericana de Telecomunicaciones, el Comité Consultivo de Tecnologías Digitales para la Radiodifusión y en recomendaciones de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), organismo que distinguía al estándar IBOC como el único recomendado en ese momento para operar en las bandas de 535-1705 KHz, donde operan las estaciones AM, así como en las bandas 88-108 MHz, donde operan las FM. Mismas que entonces y ahora se usan para la radio AM y FM en México.

²³ Debido a esta característica se ha mencionado que la Radio Digital Terrestre podría ser accesible para personas sordas.

El Acuerdo para la adopción del estándar IBOC para la RDT en México aprobado en el pleno de la COFETEL contenía, además, la Política de transición a la RDT, de donde destacan los siguientes puntos:

- I. Los procesos de transición se realizan en forma voluntaria, no obligatoria, para los concesionarios y permisionaria de AM y FM y sin que existan plazos para la terminación de las transmisiones analógicas. Esta circunstancia no limita el que se continúe la evaluación de otras tecnologías de radiodifusión en otras bandas de frecuencia.
- II. El estándar IBOC se utilizará en un modo híbrido, manteniendo la continuidad del servicio analógico y evitando interferencias con otros servicios. Su implementación puede realizarse sobre estaciones que se encuentren actualmente en operación.
- III. Sólo en la banda de 88-108 MHz (FM) se podrán transmitir múltiples programas dentro del mismo canal de transmisión (multiprogramación).
- IV. Si se transmite un sólo programa al mismo tiempo, éste deberá ser la misma programación transmitida analógicamente, pero con mejor calidad auditiva. En caso de AM, la calidad podrá llegar a ser similar a la de FM estéreo y en el caso de FM, la calidad podrá ser comparable a la de un disco compacto.
- V. Se podrá transmitir información complementaria al servicio de radiodifusión como datos o imágenes.
- VI. La transición a la RDT es un proceso a largo plazo. Se encuentra en sus primeras etapas de evolución en las economías más desarrolladas. En México se encuentra en su etapa inicial. El crecimiento digital mediante IBOC sería modular.
- VII. La mayor parte del público no cuenta con los receptores para recibir las señales digitales de IBOC; el principal atractivo para que lo haga será contar con un contenido que no se encuentra disponible en el servicio analógico.

VIII. Deben establecerse los mecanismos para que las políticas establecidas para la introducción de la RDT sean revisadas periódicamente, para ajustarlas a la evolución tecnológica y garantizar la eficiencia y el uso racional del espectro radioeléctrico reconocido en la legislación nacional e internacional.

En el siguiente cuadro se resumen, por bandas, las posibilidades actuales de la RDT en México, con la adopción del estándar IBOC en modo híbrido:

CARACTERÍSTICAS	BANDA DE 88-108 MHz (FM)	BANDA DE 535-1705 KHz (AM)
Aplicación multiprogramas (<i>multicasting</i>).	Es posible transmitir hasta cuatro programas de audio, en forma simultánea, en el mismo canal de transmisión.	Esta aplicación se encuentra en proceso de desarrollo para esta banda.
Incremento en la calidad de la señal auditiva.	El servicio puede ser comparable con la calidad de audio de un disco compacto, que comprende el rango auditivo humano, 20 a 20,000 Hz con un rango dinámico de 96 dB.	El servicio puede ser comparable con la calidad que se recibe con la radio analógica FM: con una respuesta en frecuencia de 20 a 15,000 Hz con un rango dinámico de 72 dB.
Transmisión de información complementaria al servicio de radiodifusión.	Por ejemplo: el nombre de la estación, su logotipo, la fotografía de un cantante, un indicador de temperatura o información sobre el tráfico.	

DIGITALIZACIÓN DE LA SEÑAL DE LAS EMISORAS DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO

El libro blanco del Instituto Mexicano de la Radio, correspondiente al proyecto Modernización y Conversión tecnológica digital de la infraestructura radiofónica del IMER, fechado en México, Dis-

trito Federal, el 31 de octubre de 2012,²⁴ describe y documenta el proceso de digitalización de las emisoras que conforman al más importante organismo de radiodifusión de servicio público en México: El Instituto Mexicano de la Radio (IMER).

Este documento establece que, en 2006, el Instituto contaba con un equipo transmisor que no sobreviviría al apagón analógico por lo que fue necesario que de enero de 2007 a diciembre de 2012 se cambiaran transmisores y equipos accesorios fundamentales para la radiodifusión en las localidades en las que se encontraban todas las emisoras del IMER: Chiapa de Corzo, Comitán y Cacahoatán en Chiapas; Lázaro Cárdenas, Michoacán; Salina Cruz, Oaxaca; Tijuana, Baja California; Ciudad Juárez, Chihuahua; Ciudad Acuña, Coahuila; Cananea, Sonora y el Distrito Federal.

DIGITALIZACIÓN DE XEDTL, RADIO CIUDADANA

A continuación, se describen, siguiendo un orden cronológico, las fases del proceso de digitalización de Radio Ciudadana, 660 AM.

Ficha técnica de la emisora:

Siglas de identificación de la emisora: XEDTL

Ubicación geográfica: México, D.F.

Frecuencia 660 Khz.

Potencia 50 Kw diurna y 0.5 Kw nocturna

Área de servicio: diurna, 415,588 km² y nocturna 169,646

Población a servir: diurna, 38,240,729 habitantes y nocturna 34,576,450 habitantes Poblaciones a servir: D.F., Estado de México, Puebla, Morelos, Hidalgo y Guerrero.

²⁴ En la siguiente liga se encuentra el documento completo: http://www.imer.gob.mx/wp-content/uploads/informe_rendicion_cuentas_imer_2006-2012_2da_etapa.pdf

CRONOLOGÍA DE LA DIGITALIZACIÓN

2010

La señal de las 17 emisoras del IMER se puso a total disposición vía internet, situación que amplió en automático la cobertura de las estaciones de manera digital. Desde entonces, toda persona que cuente con una computadora conectada a internet puede escuchar en línea las emisoras del IMER, como lo es Radio Ciudadana.

2011

En septiembre de 2011, las instalaciones de la Planta San Lorenzo, ubicada en calle Providencia número 455, colonia San Lorenzo Tezonco, Ciudad de México, se sustituyó el equipo de transmisión en AM, estado sólido e híbridos, de la estación XEDTL de diez kilowatts de potencia.

2012

- En el segundo trimestre de 2012, se realizaron trabajos de remodelación acústica en la cabina de grabación y transmisión de la emisora XEDTL.
- Para la conclusión de la modernización de la infraestructura técnica instalada, se adquirieron equipos para generar el canal principal FM HD1 y canales adicionales FM HD2 + HD3 con tecnología IBOC para la radio digital, antenas para transmisión de radio FM de diferentes frecuencias, equipo para enlace y distribución por tecnología IP.

Programación de los Canales Digitales:

- Las programaciones llamadas “espejo” de las Frecuencias Moduladas en el Distrito Federal (se llaman espejo o réplica porque son idénticas solamente que tienen mejor calidad) en alta definición HD1 de las frecuencias Opus 94.5, Reactor 105.7 y Horizonte 107.9 fueron lanzadas al aire entre abril y junio de 2012 y se ubicaron en el canal HD1 de las FM mencionadas.
- Del 1 al 15 de agosto de 2012 se revisó la carta programática de Radio Ciudadana con el fin de no dejar a la emisora solamente para audiencias de AM y colocarla en la señal HD2 del 107.9 FM.
- Del 1 al 20 de agosto de 2012 se preparó *La nueva hora exacta* para el HD3 de la frecuencia 107.9 FM.

En el inciso G del apartado “Acciones respecto de nuevos contenidos programáticos (solamente en 2012)” del “Libro Blanco” del proyecto de Modernización y Conversión Tecnológica Digital de la Infraestructura Radiofónica del IMER, fechado el 31 de octubre de 2012, se puede leer la siguiente justificación de la decisión que se tomó con Radio Ciudadana:

Radio Ciudadana, en el 660 de AM, es la primera emisora de Estado del continente en ofrecer programación con producciones “ciudadanas” que inclusive están al aire por convocatoria abierta y que son evaluadas por un consejo de programación ciudadano e independiente. Esta propuesta es única en su tipo dentro del catálogo de medios de comunicación masiva, nació en 2004 y puede ser ejemplo a seguir para muchos proyectos de radiodifusión que aspiren a ser democráticos, incluyentes, integradores de una sociedad participativa.

- El 19 de agosto de 2012, la Dirección de Investigación del IMER puso, vía internet, la transmisión de las señales en

alta definición HD y el 17 de septiembre de 2012 lanzó el sitio IMER digital en la siguiente dirección electrónica <http://www.imer.gob.mx/imerdigital>, con todas las señales.

REDES SOCIALES Y PÁGINA ELECTRÓNICA

- El 21 de noviembre de 2011 se crea la *fan page* de Radio Ciudadana en Facebook, que para el 1 de abril de 2014 contaba con 2958 seguidores.
- @rciudadana660 es el twitter de la emisora que para el 1 de abril de 2014 tenía 5008 seguidores.

El primer *twit* de esta cuenta fue enviado el 31 de marzo de 2010, a las 11:16 horas y decía: El 1 de abril de 2003 inició transmisiones La Radio de los Ciudadanos hoy Radio Ciudadana, se cumplen siete años de su relevante existencia.

- La página electrónica de la emisora es: <http://radiociudadana.imer.gob.mx>.

En la barra de menú, hay un botón para escuchar en vivo la programación. Se trata de la transmisión simultánea en línea de la señal al aire. Desafortunadamente la memoria sonora de los once años de Radio Ciudadana está fragmentada, existen algunas grabaciones de programas hechas por los equipos ciudadanos, pero en la emisora –por negativas sindicales– está prohibido grabar en cabina. No existe una fonoteca estructurada con el patrimonio sonoro de esta emisora radiofónica. En algunas ocasiones, los archivos sonoros generados por los equipos ciudadanos se transmiten en sus páginas electrónicas institucionales o en blogs creados para este fin, como *podcasts*; en otras ocasiones sólo se resguardan en sus equipos electrónicos sin ninguna otra finalidad que conservarlos como recuerdo.

Actualmente, Radio Ciudadana se puede escuchar en la APP (aplicación para dispositivos móviles como teléfonos inteligentes) *Tune In*. Es importante tener en cuenta esto para no descuidar esa audiencia, que muchas veces vía *wifi* escucha la emisora.

CONCLUSIONES

A lo largo de 11 años de existencia, Radio Ciudadana ha experimentado una serie de cambios que responden a las exigencias del momento histórico por el que transitan los medios electrónicos de comunicación en México: la era digital y convergente. En este sentido, la transmisión simultánea en línea de la señal al aire, la presencia de la emisora en dos de las principales redes sociales asentadas en internet (Facebook y Twitter) y el impulso de su canal digital en HD son algunas de las acciones que han fortalecido el devenir de Radio Ciudadana. Sin embargo, existen tareas pendientes como:

- Desarrollar un plan, específico para Radio Ciudadana, que tenga como objetivo aprovechar al máximo todas las posibilidades que ofrece la radio digital terrestre.
- Generar archivos sonoros de los programas que conforman la emisora y subirlos como *podcasts* a la página *web*.
- Estructurar una fonoteca de la emisora que resguarde su patrimonio sonoro.
- Abrir un canal de Radio Ciudadana en YouTube y mantenerlo activo con contenidos novedosos.
- Crear una cuenta en Instagram de la emisora y mantenerla activa.

Es importante no perder de vista los logros que se han obtenido, estos deben permanecer y ser fortalecidos en beneficio del

crecimiento de la radiodifusora, pero hay que tomar en cuenta que para que la audiencia de las emisoras radiofónicas analógicas decida migrar a la tecnología digital, es decir, adquirir un receptor digital de radio, no basta con que la calidad de la señal de su estación favorita mejore, tiene que ser motivada a través de la oferta de servicios que le resulten útiles y atractivos, encontrar efectivamente más canales de audio que no pueda escuchar en un receptor de radio analógico, tener experiencias novedosas y diferentes, como podrían ser:

- a) El mismo programa en dos o más idiomas. Cada idioma en un canal distinto de la misma frecuencia.
- b) Series que favorezcan una mayor interactividad con el medio, teniendo la posibilidad de viajar de un canal a otro, en la misma frecuencia, para enriquecer su escucha. Esto se puede lograr transmitiendo historias paralelas, dando pistas al público (sobre todo si se trata de programación infantil), etcétera.

En resumen, todo aquello que se pueda hacer contando con dos o más señales simultáneas al aire, lo que representa –sin duda– un reto a la imaginación del gremio de la radio.

Queda, entonces, una gran responsabilidad en las manos de las personas encargadas de dirigir el rumbo de Radio Ciudadana, para que ésta no pierda su esencia única y relevante en todo el *dial* radiofónico, y pueda subsistir a pesar de las adversidades nacionales y las revoluciones tecnológicas.

BIBLIOGRAFÍA

Memorias del Segundo Congreso Internacional: Los Medios Públicos de Cara a la Democracia, La Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México, A.C., México, D.F., 2005.

- MIRABITO, Michael M. A. *Las nuevas tecnologías de la Información*. Gedisa: Barcelona, 1998.
- NEGROPONTE, Nicholas. *El mundo digital. Un futuro que ya ha llegado*. Ediciones B: Barcelona, 1995.
- PEÑAFIEL SAIZ, Carmen; Nereida López Vidales. *Claves para la Era Digital. Evolución hacia nuevos medios, nuevos lenguajes y nuevos servicios*. Bilbao: Universidad del País Vasco, 2002.
- HERRERA PÉREZ, Enrique. *Introducción a las telecomunicaciones modernas*. México: Editorial Limusa, Grupo Noriega Editores, 1998.
- Libro blanco de Modernización y Conversión tecnológica digital de la Infraestructura radiofónica del IMER*. México, Distrito Federal a 31 de octubre de 2012

ZÓCALO EN RADIO

Carlos PADILLA RÍOS*

Concluía el segundo año de gobierno de la alternancia política, los vientos a favor del cambio democrático, tan ansiado por este país durante décadas, dejaban de soplar. El vendal renovador de 2000 se convirtió en tufo democrático.

A 22 meses de que el Partido Acción Nacional (PAN) asumiera la Presidencia de la República, veíamos a Vicente Fox –el abanderado del cambio– ya muy alineado con los intereses corporativos de la televisión y la radio.

Un hecho reveló que su talante democrático estaba lleno de orificios: el 10 de octubre de 2002 publicó en una edición extraordinaria del Diario Oficial de la Federación un nuevo Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión en el que prácticamente eliminó los “tiempos fiscales” al reducirlos de 12.5 por ciento para dejarlos en apenas 1.25 por ciento.

Qué mejor estampa para sellar la unión de aquel binomio que el beso de Bernardo Gómez, vicepresidente de *Televisa*, sobre la mano de Martha Sahagún, esposa de Fox, imagen para la historia

* Revista Zócalo.

de las relaciones entre los poderes político y mediático. Inequívoca señal de que el poder político abdicó ante el poder fáctico de la principal televisora del país.

Con esa decisión, el panismo envió otra señal: daba la espalda a ocho meses de negociaciones y al contenido de las siete mesas de trabajo de lo que se llamó “Mesa de Diálogo para la Revisión Integral de la Legislación de Medios Electrónicos de Comunicación”, que había iniciado reuniones el 28 de marzo de 2001.

Pero ese no sería el único gesto presidencial del mandatario destinado a continuar su gestión respaldado por la televisión privada. El 27 de diciembre de 2002 *el presidente de las botas* lanzó su patético “¿Y yo por qué?”, luego de que su Gobierno quedara paralizado ante la inédita, y hasta ahora impune, toma armada del transmisor de *Canal 40*, en el Cerro del Chiquihuite, alentado por el empresario de *TV Azteca*, Ricardo Salinas Pliego quien, diez años después, pide a los ciudadanos “denunciar la corrupción”, a través de la televisora que el maestro Miguel Ángel Granados Chapa llegara a calificar como “canal pirata”.

En ese escenario de capitulaciones nació La Radio de los Ciudadanos. Sí, como una concesión gubernamental a los sectores críticos traicionados por Fox, que exigían reformas integrales a la legislación en radiodifusión.

Pero ese nuevo espacio, que ocupó la frecuencia XEQK en el 1350 de AM, donde se daba cada minuto “la hora exacta”, también resultó un triunfo para los grupos académicos al lograr un espacio de expresión –aunque modesto– para la sociedad, una de sus añejas demandas.

El surgimiento de la emisora civil en abril del 2003 era una realidad inédita en México, auspiciada desde un ente gubernamental, en este caso el Instituto Mexicano de la Radio, como producto de la exigencia reivindicativa de grupos sociales.

En el periódico *Zócalo*, surgido tres años atrás en septiembre de 2000, seguimos mensualmente el derrotero de la fallida “Mesa de Diálogo para la Revisión Integral de la Legislación de

Medios Electrónicos de Comunicación”, y su quizás único afortunado desenlace: La Radio de los Ciudadanos.

En la redacción de *Zócalo* valoramos la conveniencia de atender la primera convocatoria de la novel emisora.

Aun cuando teníamos cercanía con la información periodística radiofónica, puesto que, entonces, quien esto escribe se desempeñaba como reportero en *Radio Educación*, la experiencia en la producción y conducción de programas radiofónicos de información y análisis era nula.

Acudimos en busca de apoyo para el diseño de la producción, con la maestra Graciela Martínez Matías, quien entonces impartía clases de producción radiofónica en la Universidad del Claustro de Sor Juana y a quien conocíamos por sus colaboraciones en el periódico.

REVISTA RADIOFÓNICA

Graciela Martínez aceptó con gusto. Acordamos que el programa fuera una revista radiofónica con el análisis de la coyuntura mediática. Nos presentó la propuesta y la entregamos a la Comisión Revisora de Proyectos, la cual nos respondió positivamente.

El costo de la producción correría a cargo del grupo seleccionado. La estación pondría el tiempo en cabina de una hora y un par de horas más a la semana para la pre-producción. También se anunció que los equipos de producción podrían llegar a realizar intercambios con otras instancias públicas para obtener recursos económicos y hacer frente a los gastos del proyecto, pero nunca se aplicó en realidad.

Los programas seleccionados para arrancar la primera emisora producida por equipos civiles tenían una auténtica vocación por ejercer su derecho a la libertad de expresión, a través de un programa de radio donde se realizaría prácticamente un trabajo de voluntariado, respaldado por la emisora ciudadana, que ven-

tilaría temas de interés social, sin censura. Así nació *Zócalo en Radio*.

La idea central fue producir una revista semanal radiofónica donde se informaran y analizaran los asuntos de interés mediático nacional e internacional, en un espacio de sesenta minutos.

LOS CONTENIDOS

Los temas del periódico *Zócalo* (convertido a formato de revista impresa en 2005) han sido: el análisis y la información de la comunicación política, los medios, la legislación, pero también el acceso a la información y la transparencia; la libertad de prensa y el periodismo cultural. *Zócalo en Radio* sería la versión radial –una vez por semana– del periódico mensual, con el apoyo de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI) y el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), entonces dirigido por Dolores Béistegui (2003-2007).

El formato de revista radiofónica obligaba a aplicar los géneros periodísticos dentro del formato del programa. Opinión, reportaje, entrevista, caricatura e información. Para ello, invitaríamos a analistas al estudio de la XEQK; grabaríamos “en frío” reportajes y entrevistas, días previos al programa. Cada lunes o martes tendríamos que planear el contenido del siguiente viernes.

Además de las entrevistas en cabina, realizaríamos enlaces telefónicos. Aunque en las primeras emisiones no incluimos cartón radiofónico, semanas después lo hicimos.

El análisis de los medios de comunicación ha sido tan poco común en la prensa escrita, la radio y la televisión, que una iniciativa en ese sentido siempre despierta interés, sobre todo en el ámbito académico y entre periodistas interesados en que la sociedad tenga más y mejores contenidos y los medios sean utilizados para lo cual fueron diseñados, el bienestar social.

Así ocurrió cuando emprendimos el proyecto del periódico *Zócalo* y acudimos a artistas plásticos y fotógrafos a solicitarles donación de obra para el plan en marcha. La respuesta fue grata y todos aportaron obra, prácticamente sin condicionamientos.

En el nombre del programa no tuvimos problema, resultaba obvio. Entonces, teníamos todo para iniciar. El primer programa de *Zócalo en Radio*, con el lema *Los medios de comunicación al desnudo*, se transmitió el viernes 16 de mayo de 2003 de 20:30 a 21:30 horas.

La conducción del programa estuvo a cargo de Carlos Padilla Ríos, director de *Zócalo* y a Luis Miguel Carriedo, joven periodista que colaboraba también en nuestra publicación como editor. En la producción general, Graciela Martínez Matías; producción, Santiago Fernández Trejo; diseño y audio, Arturo Cano.

Tuvimos como invitados en cabina a Graciela Ramírez, productora del programa de análisis de los medios en *Radio Educación*, *El Fin Justifica a los Medios*, y Carlos Simón Gómez, entonces representante de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información. En la parte de opinión contamos con una colaboración grabada del abogado Agustín Ramírez sobre el derecho a la información.

Los temas fueron: cobertura informativa de la ocupación de Irak; negativa de las televisoras privadas a otorgar tiempos electorales al Instituto Federal Electoral; irregularidades de las estaciones *combo*; el caso de la radio comunitaria de Santa María Tlahuiloteppec y las obstrucciones para otorgarle –en ese entonces– permisos para la operación de estaciones de radio y televisión.

Comentamos las actividades en torno a la Sexta Conferencia Internacional *El Reto de México frente a la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información*; las vicisitudes del Premio Nacional de Periodismo 2003, y también sobre medios de comunicación que analizan a los propios medios. Se incluyó también un comentario grabado sobre el Nuevo Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión (de octubre de 2002), y contamos con la pre-

sencia de los productores de la emisora argentina *La Colifata*, radio producida desde un hospital con la participación de algunos internos como productores y conductores. Esa fue la variedad de contenidos del primer programa.

LENGUAJE SONORO

Parte sustancial de la producción radiofónica es el lenguaje sonoro, en el que Graciela Martínez Matías es especialista. El programa se vistió de principio a fin con 13 sonidos distintos: rúbricas, cortinillas, efectos especiales y puentes para cada sección.

Entrevistada sobre la producción musical que realizó para *Zócalo en Radio*, hace más de una década, Martínez Matías comenta: “La idea fue que el programa tuviera una producción acústica, diversa, que expresara un lenguaje radiofónico”. Y fue cierto, el sello musical del programa lograba distinguirse y dar dinamismo al contenido, en ocasiones tenso, muy técnico o cargado de debate político.

Concluido el primer programa, supimos que estábamos en la línea correcta. Que los temas eran bastos y abundaba el interés en acompañar este proyecto.

Pero sólo era el principio. Más adelante, Graciela Martínez nos propuso producir para el programa una “caricatura sonora”, para lo cual invitó al extraordinario caricaturista político José Hernández, conocido como *Hernández*, cuya “caricatura sonora” fue parte humorística del programa durante varios meses.

A lo largo de casi tres años, entre mayo de 2003 y principios de 2007, se produjeron más de 180 programas. Originalmente, el programa estaría al aire máximo seis meses.

La agenda mediática desde entonces, como hoy, era vasta. En el programa hablamos de temas como el secreto profesional del periodista, las radios comunitarias, el acceso a la información, la política de comunicación social de la Presidencia en el

sexenio de Vicente Fox, los informes presidenciales, y el desempeño de los medios frente a los procesos electorales. También abordamos temas como la Ley Federal de Radio y Televisión, las visitas de relatores defensores de derechos humanos y de la libertad de expresión, la llamada *Ley Televisa*, y las caídas del *rating* de Televisa.

Durante ese tiempo, sucedieron hechos de relevancia histórica como el desafuero de Andrés Manuel López Obrador, las radios rebeldes de Oaxaca, la relación entre Santiago Creel y Televisa, los documentales del cineasta Carlos Mendoza, las reformas a *Notimex*, Radio Huayacocotla, la disputa IMER-ALDF por la estación 105.7, el conflicto laboral en *Canal 40*, las demandas de Martha Sahagún contra Olga Wornat y la revista *Proceso*, así como la tensa toma de posesión en 2006 de Felipe Calderón, entre otros muchos.

LOS SALDOS

Para el periódico *Zócalo*, la experiencia de una salida radial para los contenidos abordados en su edición impresa fue todo un reto por la falta de experiencia en la producción radiofónica.

Y, sin embargo, logramos mantenernos durante casi tres años, cada viernes a las 21:30 horas, un horario poco conveniente para el manejo de los temas difundidos. Aprovechamos la oportunidad que nos brindó La Radio de los Ciudadanos para ofrecer a la audiencia contenidos de calidad y herramientas de interpretación sobre la realidad mediática.

El equipo de producción y los conductores (a los que posteriormente se agregó el periodista Gerardo Montes) entregamos nuestro mejor esfuerzo, y eso fue nuestra mayor satisfacción: decir lo que pensábamos de la mejor manera. Cumplimos con la temática de la emisora: ética de la radiodifusión y reflexión sobre los medios.

El programa *Zócalo en Radio* fue sostenido económicamente con los modestos recursos del periódico. Se pagó a la producción de cada programa. Los conductores no percibieron pago alguno, en los casi tres años de transmisión. Concluimos el programa porque la nueva administración del IMER, se negó a ampliar el contrato de transmisión.

Desconozco si diez años después, la relación entre lo que fue La Radio de los Ciudadanos –luego transformada en Radio Ciudadana– y los equipos de producción sea la misma, y el apoyo que brinda el IMER continúe, con la sola entrega de tiempos en los estudios de producción y la cabina.

Lo que sí creo es que la emisora, además de reconocer el esfuerzo intelectual de los equipos productores, debe aportar recursos económicos a las producciones de los mismos, para que éstas sean de la calidad necesaria. No todos los entusiastas de programas radiofónicos de interés social pueden sufragar los gastos, que no son altos, pero sí significativos, en un proyecto como el que comentamos.

No fue fácil adaptarse a la nueva dinámica que implicaba publicar un medio especializado cada mes y semanalmente realizar un programa de una hora con producción; hacer el guion, con invitados en cabina, y acudir dos veces a la semana a las instalaciones del IMER para la pre-producción y luego el viernes al programa.

A partir de 2003, la Radio Ciudadana ha recibido a centenares de grupos de ciudadanos que han tomado el micrófono para decir lo que piensan sobre la realidad social.

Esas personas decidieron ejercer su derecho a la libre manifestación de las ideas, a través de los micrófonos abiertos por el IMER, apertura lograda como resultado de una exigencia tenaz de muchos académicos y periodistas, quienes por décadas han reclamado el derecho a la libertad de expresión y acceso a los medios de comunicación, prerrogativa escamoteada a la ciudadanía durante décadas por los poderes político y económico.

En aquel año, la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) también adoptó la idea de incorporar una producción radiofónica sobre el análisis de la comunicación en La Radio de los Ciudadanos e inició transmisiones en las mismas semanas que nosotros.

En la modesta XEQK, decenas de ciudadanos ejercimos en 2003 el derecho a la libertad de opinión y la libertad de expresión, establecidos en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948).

Por parte de la gerencia de la estación nunca hubo reclamo o llamados a la autocensura. Expresamos lo que quisimos, con respeto, pero de manera crítica. A distancia, recapitulamos acerca del trabajo realizado y creemos que quienes participamos en la producción de *Zócalo en Radio, los medios al desnudo*, logramos lo que nos propusimos.

Al momento de concluir este texto, el Senado inicia el debate de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR), documento que renovará a la añeja Ley Federal de Radio y Televisión (1960), una de las demandas que se exigían en aquella Mesa de Diálogo que traicionó Vicente Fox.

La presentación, más no su contenido, es resultado de la exigencia de la sociedad por actualizar la normatividad que durante décadas ha beneficiado las relaciones de conveniencia entre los poderes político y económico. Es necesario garantizar el acceso a las frecuencias de radio, televisión y telecomunicaciones para la ciudadanía, así como acotar a los monopolios.

Lamentablemente, el Gobierno Federal soslaya la importancia de los medios públicos, al negarles la posibilidad de comercializar tiempo aire que les generarían los recursos económicos necesarios para complementar los exiguos presupuestos que los gobiernos estatales les destinan, con el ánimo de seguir controlándolos, a pesar de la reforma constitucional de junio de 2013.

Radio Ciudadana fue la irrupción civil en contra de la hegemonía del empresariado y de los gobiernos para controlar a los

medios de comunicación. Una década después, la emisora sigue vigente, pero hay que fortalecerla garantizando calidad en la producción y en los contenidos.

ZONA JOVEN. POR LOS DERECHOS DE LAS JUVENTUDES

Luisa VELÁZQUEZ HERRERA*

En el curso de la historia contemporánea, en algunas sociedades se ha considerado que las personas jóvenes juegan un papel de relevante trascendencia debido a que fungen como un motor de renovación y transformación por sus potenciales de impacto social, político, cultural, económico e intelectual. Esta afirmación no carece de sustento; diferentes movimientos juveniles¹ han provocado cambios democráticos en el mundo, en específico en América Latina, contexto en el que se puede enmarcar este país.

Actualmente en México y otros países se vive un “bono demográfico” juvenil:² nunca antes se habían tenido –y nunca más se tendrán– tantas personas jóvenes en la población, en cantidad como en porcentaje, respecto al total de la población. Sin embar-

*Presidenta de Ímpetu Centro de Estudios A. C.

¹ Como ejemplos emblema están las organizaciones estudiantiles de 1968, 1971, 1984, 1999, 2006 y 2012.

² Cfr. Paulo Saad, Tim Miller, Ciro Martínez, Mauricio Holz, *Juventud y bono demográfico en Iberoamérica*, (Madrid: CEPAL, OIJ y UNFPA, 2012).

go, esta situación no se ha aprovechado, y por el contrario, las juventudes viven un clima de inseguridad escolar, jurídica, laboral, sanitaria y de diversos órdenes, porque las autoridades les conciben como “objetos de derecho” (personas a las cuales, en el mejor de los casos, hay que tutelar, y en el peor, criminalizar y contener), en vez de ser tratados como sujetos de derecho (personas dignas con pleno goce y disfrute de todos los derechos que la ley otorga así como de los derechos humanos que le permitan un desarrollo integral, que repercuta en un aporte social y comunitario).

Esta perspectiva de tutelar o menospreciar las experiencias juveniles no es fortuita, proviene de una larga escuela de pensamiento psicologista y médica,³ que entiende a las personas jóvenes como aquellas en un rango de edad específico y muy bien delimitado, ajeno a su contexto sociocultural. Para estas posturas existen “adolescentes” con necesidades unitarias y homogéneas, con características universales de comportamiento y, además, con fallas, carencias o incapacidades para la toma de decisiones. En otras palabras, se pasa de explicar los cambios físicos en una persona a generalizar comportamientos en diferentes contextos socioculturales. Para entender los riesgos de la generalización, podríamos preguntarnos, ¿qué tienen en común una joven madre de familia de una comunidad rural y un joven universitario en ciudad y sin hijos? ¿Por qué se asume que tienen las mismas características y necesidades al describirles como “jóvenes”?

La complejidad para conceptualizar a la juventud, así como la influencia de la perspectiva psicologista, ha derivado en la delimitación de lo joven a través de rangos de edad. Así, tanto para la Organización de las Naciones Unidas (ONU), como para el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), las personas

³ De acuerdo con el investigador José Antonio Pérez Islas, la juventud ha sido estudiada desde tres perspectivas: pedagógica, biólogo-médico-psicológica, y socio-antropológica. La primera toma como objeto de estudio al *alumno* y *estudiante*, la segunda al *adolescente* y la última a las y los jóvenes.

que oscilan entre los 15 y 29 años de edad son consideradas jóvenes. Por otro lado, el Consejo Nacional de Población (CONAPO) les considera como las personas cuyas edades oscilan entre los 15 y 24 años. Y, por último, el Instituto Mexicano de la Juventud (IMJUVE) delimita como jóvenes a las personas de 12 a 29 años de edad.

Resultado de este limitado entendimiento, las juventudes carecen de espacios, programas y estrategias focalizadas para el libre ejercicio de sus derechos. Como ejemplo, destaca el papel de los institutos de la juventud mexicanos, cuyas agendas programáticas (desarrollo de conciertos, repartición de condones, etcétera) indican el poco interés de las autoridades hacia los sectores juveniles, hecho que conlleva una constante agresión estructural, pues se deja de atender el cumplimiento de los derechos civiles, políticos y sociales de las juventudes, en un sistema que, en los últimos años, se ha caracterizado por criminalizarlos y despojarlos de cualquier oportunidad de desarrollo educativo o laboral. Ya que si se parte de la idea de que las y los jóvenes atraviesan comportamientos iguales o unitarios y se asume que lo que se requiere son conciertos de rock y condones, se invisibilizan realidades, se ahondan los problemas y se condena a las juventudes a ser violentadas en sus derechos.

Los discursos que hablan de “la juventud” caen en el error de situarla en la edad, de homogeneizarla, lo cual resulta peligroso porque los años que vive una persona por sí mismos no implican situaciones iguales u homogéneas. Por ello, desde las Ciencias Sociales, y en específico desde la antropología, la juventud es definida como una construcción histórica y sociocultural⁴ que hace referencia al conjunto de condiciones de vida de un grupo social, se ubica entre la niñez y la adultez siempre que así lo

⁴ La perspectiva antropológica iberoamericana está fuertemente influida por el trabajo del antropólogo Carles Feixa. Desde esta visión, se habla de *juventudes* pues se consideran la pluralidad de los contextos sociales e históricos, además de que niega la universalidad de la condición juvenil

haga posible o signifique en el contexto. O, en otras palabras, la juventud es una categoría social que no hace referencia a una etapa universal ni a una condición natural del desarrollo humano, sino a un conjunto de condiciones sociales, económicas, culturales, políticas e históricas que varían en cada sociedad a través del tiempo. De acuerdo con el antropólogo catalán Carles Feixa, la juventud se puede definir de la siguiente manera:

La juventud aparece como una “construcción cultural” relativa en el tiempo y en el espacio. Esto es: cada sociedad organiza la transición de la infancia a la vida adulta, aunque las formas y los contenidos de esta transición son muy variables. Aunque este proceso tiene una base biológica, lo importante es la percepción social de estos cambios y sus repercusiones para la comunidad: no en todos los sitios significa lo mismo que a las muchachas les crezcan los pechos y a los muchachos el bigote.⁵

Es por este motivo que surge ÍMPETU Centro de Estudios A.C., organización que persigue el objetivo de trabajar con jóvenes, desde una perspectiva juvenil y sociocultural, en diferentes actividades, programas y proyectos que colaboren en el ejercicio de sus derechos con base en cinco ejes fundamentales: 1. Derechos sexuales y reproductivos, 2. Prevención social de las violencias, 3. Prevención del consumo de alcohol y drogas, 4. Equidad de género, 5. Participación y Derechos Humanos.

Su origen se remonta a 2008, año en que nació como un proyecto de estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México y que en 2010 logró su constitución legal. Desde entonces han trabajado por los derechos de las juventudes en el Distrito Federal y en estados como Veracruz, Estado de México, Durango, Zacatecas y Puebla.

⁵ Carles Feixa, *El reloj de arena. Culturas juveniles en México*, (México, SEP, Causa Joven, CIEJ, 1998), 18

Dentro de sus objetivos principales, ÍMPETU persigue un abordaje mediático de las juventudes con base en una perspectiva de derechos humanos que no tutele, criminalice o estereotipe las experiencias juveniles. En esta organización se busca ampliar la perspectiva, promover la difusión de los derechos de las juventudes y abrir espacios para la expresión de grupos y jóvenes que pocas veces tienen acceso a los medios de comunicación.

En esta línea se inserta la agencia *Djóvenes*, fundada en 2009. Se trata de un medio informativo sobre el hacer y pensar de las juventudes. Dicha agencia tiene como soporte un sitio *web* que ha funcionado por cinco años sin interrupciones para difundir el quehacer de diferentes estratos, lugares y posturas a través de notas, crónicas, entrevistas y reportajes periodísticos. Además, cuenta con “Voces Djóvenes”, una convocatoria anual que brinda la oportunidad a jóvenes de diferentes áreas para contar con una columna semanal de opinión.

En la tarea de informar, también se encuentra *Zona Joven*, programa radiofónico de entrevistas que se transmite en Radio Ciudadana desde abril de 2012, resultado de la sexta convocatoria pública de esta emisora del Instituto Mexicano de la Radio (IMER).

Zona Joven da a conocer todos aquellos esfuerzos, momentos y organizaciones de las y los jóvenes en los que ejercen, promocionan o defienden sus derechos en sus diferentes contextos. Asimismo, difunde una amplia gama de experiencias juveniles para que las autoridades de todos órdenes e instancias tomen las medidas pertinentes para solventar las carencias institucionales y jurídicas que han significado un obstáculo, amenaza o violación a estos derechos. Y, por último, comunica aquellas acciones, temas y actividades que interesan o abonan en los esfuerzos de las juventudes.

Para abordar el tema de las juventudes y definir a las personas entrevistadas, ha sido preciso analizar qué significa ser joven desde el entorno mismo de los y las jóvenes; la formación de identidades y reconocimiento de sus particularidades en las diferentes

realidades que se viven. Se han entrevistado jóvenes que radican en los estados, así como en el Distrito Federal, y a estudiantes, empleados, trabajadores, artistas, activistas, entre un sinnúmero de identidades.

Asimismo, se han planteado los marcos jurídicos que en México cubren (o pretender cubrir) las necesidades, riesgos y oportunidades de las juventudes, tanto a nivel federal, estatal, y local. Por ello en la historia de *Zona Joven*, se han entablado debates entre jóvenes alrededor de los temas: libertad de expresión, reforma laboral, reforma energética, acceso a la educación. Y se han posicionado los comunicados que organizaciones de la sociedad civil elaboran en torno a la necesidad de una ley nacional de juventudes.

Al analizar las realidades, hemos considerado como variables indiscutibles para mejorar el entendimiento las siguientes características:

- Agenciamiento juvenil
- Territorio
- Cultura/contracultura-consumo
- Género y diversidad
- Emancipación y autonomía vs tutelaje y paternalismo adultocéntrico
- Marco jurídico nacional y estatal

Estos factores han permitido informar de manera más o menos integral las realidades de las juventudes que se entrevistan ya que permite que la audiencia genere sus propias reflexiones en torno a elementos que son constantes a lo largo de los programas.

También se han analizado problemáticas comúnmente mediatizadas desde otro enfoque, por ejemplo, la situación de los jóvenes que no estudian ni trabajan, al igual que el desempleo y la violencia, aspectos que han llevado a una criminalización constante, no sólo por parte de las autoridades, sino también de

los medios de comunicación. En este aspecto y en sentido contrario a lo que comúnmente se realiza, *Zona Joven* se ha acercado a organizaciones en defensa del acceso de la educación y en lucha por los derechos laborales de las juventudes. Al mismo tiempo, se han entrevistado a organizaciones juveniles que construyen e impulsan el fortalecimiento de la cohesión comunitaria para prevenir situaciones de violencia en estados identificados como peligrosos por la presencia de crimen organizado. Es decir, nos dedicamos a escuchar y difundir las otras versiones de las realidades que nos muestran las grandes empresas de comunicación.

El primer grupo de derechos que se consideran al realizar los programas son los DESCAs, debido a que los jóvenes tienen un papel primordial en su promoción, aunado al hecho de que son el grupo que suele tener más vulnerados derechos como el trabajo digno, la salud, la educación y la vivienda:

- Derecho a la salud
- Derecho a la educación
- Derecho al trabajo digno y derechos laborales
- Derecho a la vivienda
- Derecho a un medio ambiente sano
- Derecho a la alimentación

Asimismo, los derechos sexuales y reproductivos han sido una de las principales banderas de lucha, identidad y movimiento de las juventudes históricamente. Se han abordado cuáles son esos derechos, cuáles las identidades que los enarbolan y cómo conseguir su pleno ejercicio en las condiciones actuales. También se han tratado los principales problemas que los rodean, como la violencia, las infecciones de transmisión sexual y las legislaciones al respecto. Por esto se han entrevistado organizaciones en defensa del derecho a decidir, de promoción del cuidado y prevención del VIH y colectivos que aborden los siguientes ejes:

- Población LGTBTTTI
- Educación sexual laica
- Violencia de género y violencia sexual
- Servicios de salud sexual y reproductiva

Para introducir los derechos políticos y electorales y la ciudadanía de los y las jóvenes se ha presentado el panorama de la participación juvenil y política para señalar cuáles y cómo se han llevado a cabo en el país. Así, se identifican las fortalezas y amenazas para el pleno ejercicio de los derechos de participación y sus implicaciones políticas; se brindan también ejemplos contemporáneos para resaltar sus semejanzas y así poder reflexionar sobre las herramientas necesarias que usan las juventudes para empoderarse, en este aspecto se consideran los siguientes elementos:

- Tipos de participación juvenil
- Tipos de participación política y ciudadana
- Movimientos juveniles actuales.
- Herramientas para el empoderamiento político de las juventudes

La relevancia de un programa radiofónico creado desde una perspectiva juvenil es que posibilita la difusión de las voces de las y los propios jóvenes, en todas sus dimensiones. Son ellos y ellas quienes hablan sobre sus proyectos, experiencias, pensamientos, ideas, sueños. El programa de radio permite escuchar las experiencias juveniles de viva voz y en tiempo real, permite acercarnos a la multiculturalidad de esfuerzos, conocer sus sentires y saberes, sus dudas y propuestas; no hay una persona intermedia entre sus palabras: los micrófonos están dispuestos para que puedan opinar sin censura y difundir su labor.

Cabe señalar que en ningún momento Radio Ciudadana ha censurado la opinión o enfoque de las personas invitadas a *Zona Joven*. Se han entrevistado jóvenes de diversas posturas, no siem-

pre críticas a las estructuras de poder, porque la construcción de las juventudes es diversa, sin embargo, cuando han sido los casos, en ningún momento se han limitado sus denuncias o señalamientos a funcionarias y funcionarios públicos, por lo que el espacio ha servido, además, como una tribuna de denuncia y crítica a la labor gubernamental.

La selección e invitación ha sido por medio de las redes de ÍMPETU, pero también por motivos coyunturales de la agenda local y nacional. Por ejemplo, a raíz de las detenciones de jóvenes el 1 de diciembre de 2012, consideramos preciso entrevistar a una de las jóvenes liberadas para que brindara su opinión sobre lo sucedido. En octubre de 2013 se decidió concertar una entrevista con la agencia autónoma *Subversiones*, quienes entonces acababan de salir de los procesos de detenciones, relacionadas con su ejercicio de periodismo independiente. Otro ejemplo más que se puede dar ocurrió en marzo de 2014, mes en que se entrevistó a Yakiri Rubí, una joven sobreviviente de feminicidio, y que había sido liberada bajo caución.

Zona Joven se ha presentado dentro de la escena de activismo juvenil como una fuente de información veraz y oportuna; ha funcionado para tejer redes, ya que las personas invitadas han sugerido a más jóvenes para hablar de su trabajo, de tal forma que el programa se ha vuelto una herramienta de difusión a la cual pueden recurrir. En este sentido, se pueden mencionar los llamados de apoyo que realizaron las organizaciones Espolea y Fuerza Ciudadana para posicionar el comunicado de sociedad civil en marzo de 2013, cuando se anunció la “desaparición”⁶ del Instituto Mexicano de la Juventud. Otro ejemplo de ello sucedió con el festival *Autogestival*, que nos hizo la sugerencia de incluir sus actividades en la sección de noticias del programa radiofónico.

⁶ En marzo de 2013, Gobierno Federal anunció que el Instituto Mexicano de la Juventud pasaba de ser un organismo descentralizado a formar parte de la Secretaría de Desarrollo Social.

La estructura del programa ha consistido en una sección de noticias sobre juventudes, seguido de una breve presentación de la persona invitada y, después de ello, la entrevista. En la mayoría de los casos, las notas sobre juventudes se han elegido con base en la agenda nacional, esto con el fin de que la entrevista sirva para contrastar los discursos oficialistas –en torno a determinadas problemáticas y situaciones– con las realidades que narran las juventudes entrevistadas.

Cabe señalar que, desde el inicio, *Zona Joven* ha resultado un espacio de trascendencia para acercarse y escuchar a las juventudes. En 2012, año que inició transmisiones, ocurrió en México la aparición del movimiento estudiantil #Yosoy132; dado el enfoque del programa, nos permitió captar desde un momento muy temprano esta emergencia política, lo que dio como resultado que se transmitiera el origen, desarrollo y ocaso de dicho movimiento. Este aspecto de conclusión, ligado al término de las elecciones, trajo la idea del cese a la participación política de las juventudes, sobre todo en los grandes medios de comunicación; en *Zona Joven* se vivió diferente: el movimiento #Yosoy132 se expresó en un sinnúmero de organizaciones sociales, culturales ambientales y artísticas –de carácter efervescente– que vinieron a demostrar la presencia de la participación juvenil. Se trata de organizaciones de reciente creación, impulsadas por la coyuntura electoral, pero sostenidas por el ímpetu de las y los jóvenes por transformar su entorno. Bajo esta lógica, entrevistamos a jóvenes artistas, periodistas de medios independientes, articulistas; también a colectivos ambientalistas, músicos de rap y hip hop. Fueron el resultado del momento político, pero vimos casos de quienes vencieron los días coyunturales para permanecer y ser partícipes de nuevas formas de incidir políticamente.

Con el tiempo nos dimos cuenta de que aun en estas organizaciones se mostraba una desigualdad en las condiciones de género. En estas dinámicas, las organizaciones de mujeres jóvenes no estaban siendo visibles porque muchas de ellas no respondían

a la lógica mixta de las coyunturas; en cambio, tenía sus propios procesos de participación y empoderamiento, pertenecientes a otra lógica de movilización. Es a partir de ese momento que buscamos visibilizar más a las organizaciones de mujeres y feministas organizadas.

Desde finales de 2013 iniciamos la tarea de encontrar a todas aquellas organizaciones de mujeres jóvenes organizadas para transformar su entorno. De esta manera llegamos a Red de Mujeres Feministas Jóvenes, en Aguascalientes; La Puta Colectiva, en Cuernavaca; El Taller AC, en Puebla; Otras Emputadas, en Guadalajara; Las Hijas del Maíz; Lesbterroristas; Bloque Rosa, Comité por la Liberación de Yakiri, en el DF, entre otras organizaciones.

Para ÍMPETU no sólo resulta fundamental difundir las experiencias juveniles, sino hacerlo desde un enfoque de género que no invisibilice los esfuerzos de ningún grupo juvenil que trabaja por sus derechos. Las organizaciones de mujeres jóvenes, presentes dentro del movimiento feminista nacional, ponen en duda la historia de los movimientos estudiantiles y juveniles mediáticos, porque su hacer es constante y sus coyunturas son locales e incluso lejanas del entendimiento académico, pues es una historia que poco ha interesado por razones culturales. Por este motivo, se vuelve indispensable entenderlas en sus propios marcos históricos, con sus formas de hacer política: porque existen, se organizan y también son motor de cambios sociales. Difundir la experiencia de las mujeres jóvenes abona en la promoción y difusión de los derechos humanos. Así que seguiremos acercando los micrófonos a todas las organizaciones de mujeres jóvenes que trabajan día con día para salvaguardar su integridad, promover sus derechos y que crean redes de transformación local, nacional e internacional. En ÍMPETU no pretendemos seguir la lógica del sistema patriarcal donde las mujeres no existen como protagonistas de los cambios sociales, así que es importante señalar y remarcar que los jóvenes no son sólo “los”, sino “las” e incluso “les” jóvenes.

A lo largo de estos años, *Zona Joven* ha significado una tribuna desde donde jóvenes posicionan, se cuestionan, denuncian y reflexionan sus quehaceres, lo que ha provocado que otras personas jóvenes conozcan las posibilidades de ejercicio de sus derechos, fenómeno que coadyuva en la cultura democrática. Y, por último, ha funcionado para que, desde las juventudes, no se olvide que la radio pública se hace por y para los intereses de la gente.

BIBLIOGRAFÍA

- BECCERRA, R. *Jóvenes una evaluación del conocimiento*. México: Instituto Mexicano de la Juventud, 2000.
- CORDERA CAMPOS, R. (Coord). *Los jóvenes mexicanos: evolución y participación política*. UNAM: México: Facultad de Economía, 2000.
- FEIXA, Carles. *El reloj de arena. Culturas juveniles en México*. México: SEP, Causa Joven, CIEJ, 1998.
- FERNÁNDEZ PONCELA, A. M. *Cultura política y jóvenes en el umbral del nuevo milenio*. México: Instituto Mexicano de la Juventud, 2000.
- MØRCH, Sven. "Sobre el desarrollo y los problemas de la juventud. El surgimiento de la juventud como concepción sociohistórica". *Jóvenes, Revista de Estudios Sobre Juventud* N°1. (1996).
- PORTILLO SÁNCHEZ, M. *Pensar en los jóvenes, propuestas para hoy, ideas para el futuro*. México: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, Senado, 2006.
- SAAD, Paulo; Tim Miller; Ciro Martínez; Mauricio Holz. *Juventud y bono demográfico en Iberoamérica*. Madrid: CEPAL, OIJ y UNFPA, 2012.

“CONCIENCIA DEL PRESENTE”¹ Y “ZONA DE EXPRESIÓN”². DOS EXPERIENCIAS RADIOFÓNICAS HECHAS POR CIUDADANOS

Manuel LOAÍZA NÚÑEZ
Fabián FLORES VÁZQUEZ

*Si la única realidad son los hechos,
entonces, es mejor hacer que decir*³

Desde el inicio de transmisiones de la Radio Ciudadana, en abril de 2003, la estación radiofónica, como su propio nombre lo anunciaba, se constituyó en un espacio de expresión para los ciudadanos que, de acuerdo con su Misión

¹ “Conciencia del Presente” se presentó como propuesta de proyecto radiofónico en la Tercera Convocatoria de Proyectos Ciudadanos de Radio, publicada por el IMER en 2006. De los 101 proyectos que se inscribieron solamente se seleccionaron 46. Más información sobre proyectos presentados se encuentra en la página electrónica de Radio Ciudadana <http://www.imer.mx/radiociudadana/conocenos/>.

² Proyecto de programa radiofónico presentado en la Quinta Convocatoria de proyectos ciudadanos de Radio Ciudadana, que se transmitió en la Programación de Radio Ciudadana. Participaron 141 proyectos de los cuales se seleccionaron 16.

³ La frase se creó y se adoptó como la primera parte de la presentación con la que iniciaba cada programa de “Zona de Expresión”. La entrada completa del programa era: “Creemos que si la única realidad son los hechos, entonces es mejor hacer que decir. Asimismo, los invitamos a ser actores y no espectadores de los cambios que nuestro país necesita”.

y Visión,⁴ apoya proyectos de radio hechos por ciudadanos que desean producir y transmitir programas con contenidos que estimulen el conocimiento, la comprensión y el análisis para consolidar una comunicación pública incluyente, participativa y plural.

De 2003 y hasta el año 2013, la Radio Ciudadana ha emitido cada año convocatorias abiertas, invitando a los ciudadanos a participar con proyectos radiofónicos para renovar su programación, con programas producidos y conducidos por ciudadanos. A partir del conocimiento de las convocatorias, un grupo de amigos decidimos participar con la intención de lograr un espacio que nos permitiera expresar nuestras ideas sobre diversos temas de interés social. Es así como logramos un espacio en Radio Ciudadana a través de dos proyectos ganadores: “Conciencia del Presente” y “Zona de Expresión”.

El grupo de amigos –ciudadanos sin ninguna organización que soportara nuestra aventura radiofónica– que inició la travesía, estaba conformado originalmente por Manuel Loaíza Núñez, Fernando Gómez de Lara, Manuel Cifuentes Vargas, Vladimir Juárez y Fabián Flores Vázquez. Posteriormente, al inicio del programa “Zona de Expresión”, se incorporaron Patricia Avendaño Durán y Víctor Baruschs Contreras Fuentes.

Con la frase de “Si la única realidad son los hechos, entonces es mejor hacer que decir”, se afirma la confianza del grupo por buscar y lograr un espacio en la radio para dar a conocer nuestros puntos de vista sobre temáticas de interés social, económico, político, ecológico, jurídico y cultural de carácter nacional y, en particular sobre la Ciudad de México, interactuando con los ra-

⁴ Misión: Producir, programar y transmitir contenidos radiofónicos que estimulen el conocimiento, la comprensión y el análisis para consolidar una comunicación pública incluyente, participativa y plural. Visión: Conformar una oferta radiofónica y de comunicación de servicio público, con presencia nacional e internacional, referente por la representatividad social y cultural de su programación, la calidad de sus emisiones y la credibilidad de sus contenidos. *Cfr.* http://www.imer.mx/wp-content/uploads/sites/36/codigo_de_etica_imer.pdf

dioescuchas y con panelistas conocedores de los tópicos que se abordaron, que fueron muchos y muy diversos.

El objetivo de este artículo es presentar de manera muy general, y precisando algunos puntos, la experiencia de quienes participamos activamente en los proyectos radiofónicos de “Conciencia del Presente” y “Zona de Expresión”. Para ello, dividiremos este artículo en tres partes: en la primera parte se narra la experiencia vivida en “Conciencia del Presente” (vigente entre 16 de mayo de 2007 y el 9 de junio de 2010); la segunda parte, la dedicaremos a la experiencia del programa “Zona de Expresión” (vigente al aire del 16 de junio de 2010 al 25 de diciembre de 2013) y en la tercera parte presentamos las conclusiones sobre la experiencia sumada en ambos programas. Confiamos en los proyectos y logramos su concreción en realidades.

Sin más preámbulo, iniciemos la anecdótica travesía del grupo de ciudadanos convencidos de la importancia de la comunicación plural y abierta como medio para avanzar y fortalecer nuestro sistema democrático.

“CONCIENCIA DEL PRESENTE”

Desde la perspectiva de la radio pública, la Radio Ciudadana ha marcado un hito en México. Las diversas convocatorias para la presentación de proyectos radiofónicos, hechos por ciudadanos y dirigidos a un público radioescucha –también ciudadano– han constituido un ejercicio de democratización de la radio, sin precedentes en el país.

Grupos organizados con una estructura societaria y jurídica de respaldo hicieron de la Radio Ciudadana su espacio privilegiado de comunicación con y hacia la sociedad. Asimismo, ciudadanos sin ninguna organización formal, pero con un gran entusiasmo por participar en dicho ejercicio radiofónico, así como por exponer sus ideas, encontrar espacios de interacción con la colectivi-

dad, comprometerse con los otros –con los *sin voz*– participamos y nos responsabilizamos del uso de esa voz tras el micrófono.

Quienes participamos activamente en la experiencia que fue producir, coordinar y asistir a las transmisiones en vivo de “Conciencia del Presente”, por este medio hacemos una síntesis muy apretada de lo que significó participar y permanecer por tres años y un mes (del 16 de mayo de 2007 al 9 de junio de 2010) en dicho programa.

“Conciencia del Presente” se presentó como propuesta de proyecto radiofónico en la Tercera Convocatoria de Proyectos Ciudadanos de Radio, publicada por el IMER en 2006. En dicho proceso, de los 101 proyectos que se inscribieron, solamente se seleccionaron 46, entre los cuales se encontraba “Conciencia del Presente” como un programa de análisis y reflexión ciudadana.

El objetivo del programa fue, esencialmente, establecer un foro de reflexión y debate para la ciudadanía, sobre las tareas que a los ciudadanos en lo individual y como comunidad cada vez más organizada y participativa nos competen en la concepción, formación, implantación, ejecución y evaluación de las políticas públicas vinculadas a los derechos humanos y a los derechos fundamentales consagrados en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y en tratados internacionales.

En “Conciencia del Presente” partimos de la premisa de que México presenta grandes brechas culturales entre los distintos segmentos de la población, por lo que para contar con una sociedad madura, responsable y actuante, es menester la homologación de un mínimo de conocimientos de carácter cívico, en lo que respecta al rol que los ciudadanos debemos desempeñar en la construcción de las decisiones colectivas, así como en el establecimiento, promoción y ejecución de los mecanismos de control social del Estado, tanto entre poderes como por parte de la ciudadanía.

En “Conciencia del Presente” procuramos niveles homogéneos mínimos de información y conocimiento de la función pública entre los ciudadanos mexicanos, utilizando un lenguaje

común y asequible a la mayoría de la sociedad, para coadyuvar en la construcción de un espacio formador de ciudadanía.

LOS VALORES DE LA PLURALIDAD Y DE LA DIVERSIDAD

Acorde con la política institucional del Instituto Mexicano de la Radio (IMER), “Conciencia del Presente” fue un espacio plural; sin distingos de ideologías políticas, religiosas o de cualquier otra especie, que usualmente polarizan las posturas de las personas en torno a las materias del debate público.

Afortunadamente, no hubo ningún incidente grave, derivado de las discusiones y, si en alguna ocasión los ánimos se llegaron a caldear, en ningún caso *la sangre llegó al río*, pues al aire no se rebasó la línea de respeto a los distintos discursos. Le dimos un amplio espectro de opiniones diversas al público radioescucha, y lo invitamos a que investigara por su cuenta, a que sacara sus propias conclusiones, a que aportara sus experiencias y puntos de vista, para enriquecer la perspectiva de todos los que interactuábamos en el proceso.

Tal vez la transparencia de la administración del IMER haya sido el factor determinante para haber llevado a buen puerto esta aventura radiofónica, ya que desde la convocatoria quedó claro, y así se desarrolló a lo largo del periodo de transmisiones, que había una libertad casi absoluta para tratar cualquier tema y desde cualquier perspectiva filosófica, política, científica, empírica, técnica o administrativa. La única prohibición era hacer proselitismo de cualquier especie: político, religioso o sexual, entre los diversos tópicos que se prestan para hacerlo.

Esos principios animaron no sólo la programación, sino la conducción y emisiones del programa, regla que respetamos de principio a fin, por lo que, salvo error de apreciación, en ese rubro podemos decir que cumplimos cabal y puntualmente con la norma institucional.

Con esa misma transparencia, por convicción personal y política institucional, sostuvimos pluralidad, diversidad, tolerancia y respeto. Esperamos haber cumplido las expectativas de nuestros radioescuchas más asiduos.

CONCEPTO Y LÍNEA DISCURSIVA DEL PROGRAMA

La conciencia es una percepción individual que más que acercarnos y unirnos los unos con los otros, nos distingue, nos diferencia y, a veces, nos distancia. Presumiblemente, todos tenemos una conciencia, como decía la cortinilla de entrada al programa, pero no todos tenemos “Conciencia del Presente”.

A lo largo de la “vida radiofónica” de “Conciencia del Presente” se abordaron los temas que a nuestro juicio resultaban relevantes para la vida en sociedad y que coadyuvaran en la formación de una conciencia de ciudadanía, haciendo énfasis en lo importante de aprender y ejercer nuestros derechos, pero también tener conciencia de que todo derecho lleva aparejada una obligación y que, tan importante como ejercer tales derechos, es necesario cumplir cabalmente con nuestras obligaciones.

La convicción que animó este proyecto es que, por origen y destino, los seres humanos estamos condenados a vivir en sociedad, por lo que el derecho propio encuentra como límite natural los derechos de los otros, así como que ninguno de nosotros es poseedor de la verdad, sino que cada cual tiene un punto de vista, producto de su conocimiento, experiencia, análisis, reflexión e información, pero no existen verdades absolutas.

De esta manera, las reflexiones fueron desde los derechos y obligaciones de los ciudadanos, hasta la experiencia democrática en lo político, lo social, lo laboral, lo personal y lo familiar, pasando por análisis tan elementales como los relativos al respeto a las reglas de tránsito, a separar la basura, cuidar el agua y el medio ambiente, las reglas de la vida en condominio; hasta más profundas o com-

plejas como la responsabilidad de emitir un voto en los procesos electorales, el derecho de anular el voto personal, así como la obligación de pagar impuestos y exigir al Estado la correspondiente rendición de cuentas, y la necesidad de abrir espacios a la participación ciudadana en la toma de decisiones colectivas.

Los programas abordaban temas diversos: derechos de las mujeres, cultura sobre el uso, desperdicio y contaminación del agua. El calendario daba algunas pautas: derechos y obligaciones de los contribuyentes, (en marzo), derechos y obligaciones de los niños (en abril), de los trabajadores, de los sindicatos y sus intereses extra laborales o de los maestros (en mayo). Hablamos también sobre el rol de los ciudadanos en el respeto a los usos y costumbres –y de tradiciones–, en relación con las festividades religiosas o patrias, lo mismo para la conmemoración del día de muertos que para recordar a las gestas históricas de la Independencia, La Reforma, La Revolución o la Constitución.

Adicionalmente, valga señalar que a iniciativa de Vladimir Juárez Aldana (quien junto con Manuel Loaiza y con el apoyo invaluable de Fernando Juan José Gómez de Lara y Manuel Cifuentes Vargas, formaron parte del equipo que inicialmente patrocinó el proyecto y se corresponsabilizaron de sacarlo adelante) se llevaron a cabo actividades de vinculación societaria, por ejemplo: solicitar el apoyo a comunidades en situación de riesgo o precariedad, colectas de juguetes para el día de reyes y del niño y cobertores en el invierno, para apoyar a comunidades del Estado de Tlaxcala.

Existen varias maneras de definir los logros o resultados de la transmisión de 161 programas ininterrumpidos de “Conciencia del presente”. En nuestro caso, lo hacemos de la manera siguiente:

- “Conciencia del Presente” constituyó un espacio para escuchar todas las voces, sin hacer distinciones de posición política, económica o social.
- Todos los temas eran materia de análisis y discusión, sin permitir que prevaleciera una idea dominante o un enfoque.

- El respeto a las opiniones diversas fue sello distintivo del programa y no se permitió que nadie se asumiera como dueño de la verdad.
- La pluralidad enriqueció los debates, brindó al radioescucha una perspectiva más amplia, a fin de que cada cual sacara sus propias conclusiones, todas igualmente valederas, valiosas y respetables. Espacio de crítica, lo mismo para las autoridades que para los grupos organizados o para los ciudadanos en general y, al mismo tiempo, espacio de reconocimiento a la labor cumplida, al desempeño digno y a las actividades innovadoras o exitosas.
- Diversidad Programática: “Conciencia del Presente” fue un espacio plural, donde lo mismo se abordaron temas de conciencia cívica, principal línea discursiva del programa, como de aspectos relacionados con la salud física y mental.

Si bien el espíritu originario era la formación de ciudadanía, a partir de exponer los puntos de vista diversos sobre los temas tratados, se evitaron los discursos dogmáticos y se vincularon todos los aspectos de la vida en sociedad desde distintas perspectivas... y, si acaso un tema civil no se trató, mismo que hoy debemos reconocer como un déficit, fue el deporte. Sin que sea una disculpa, en ese momento estimamos que ya había demasiada publicidad y espacios dedicados comercialmente al deporte, por lo que antes que pensar en coadyuvar con ese mercado, erróneamente no lo vinculamos al comportamiento cívico y hoy vemos, lamentablemente, gracias a dichas carencias, los bochornosos espectáculos de violencia en los estadios y la falta de civilidad para asumir las derrotas de los seguidores y fanáticos de los distintos equipos profesionales que existen en el país, principalmente en los partidos de fútbol.

Valga señalar que, al analizar e informar al radioescucha sobre diversos aspectos relacionados con sus intereses personales, incluyendo los aspectos relacionados con su salud, por ejemplo, pretendíamos contribuir a elevar el nivel cultural de la comuni-

dad vinculada a la Radio Ciudadana e, indirectamente, apoyar la salud del cuerpo social.

“ZONA DE EXPRESIÓN”

“Zona de Expresión” se constituyó como un proyecto que surge de la inquietud que saltó a la vista de quienes participábamos en el programa “Conciencia del Presente”, cuando nos enteramos de que el programa estaba por cumplir su ciclo de vida al aire y el ánimo del grupo por seguir ocupando un espacio en la radio, nos motivó a presentar un nuevo proyecto radiofónico que nos lo permitiera. Es así como al conocer la publicación de la Quinta Convocatoria de Proyectos Ciudadanos de Radio, publicada por el Instituto Mexicano de la Radio en octubre de 2009, empezó a generarse la idea de presentar un nuevo proyecto radiofónico.

El proyecto presentado originalmente se denominaba “Espacio Ciudadano” y estaba coordinado por Fabián Flores Vázquez, respaldado por el mismo grupo de amigos del programa “Conciencia del Presente”. Al conocer el resultado de los proyectos ganadores de la Quinta Convocatoria de proyectos ciudadanos de radio para renovar la programación de Radio Ciudadana en 2010, nos enteramos que “Espacio Ciudadano” era uno de los 16 proyectos seleccionados de entre los 141 proyectos participantes.⁵

Desde la primera reunión de trabajo con el personal directivo del área de producción del IMER, nos recomendaron que se cambiara la denominación del programa porque el concepto de “ciudadano” sería muy repetitivo con la estación y, además, porque ya existían otros programas que utilizaban también de manera frecuente los conceptos de “ciudadano” o “ciudadana”, situación que llevó al equipo del nuevo programa a buscar otra denominación, y acordamos que fuera “Zona de Expresión”.

⁵ Cfr. <http://www.imer.mx/radiociudadana/conocenos/>

Es así como el primer programa de “Zona de Expresión” que se transmitió en vivo se realizó el miércoles 16 de junio de 2010, una semana después de la conclusión del programa “Conciencia del Presente”, por lo que hubo continuidad entre el programa que concluyó y el que inició, casualmente nos asignaron el mismo horario, de 8:00 a 9:00 de la mañana, y el mismo día de la semana que se transmitía “Conciencia del Presente”, los miércoles de cada semana, situación que permitió continuar al grupo de amigos con prácticamente el mismo espacio radiofónico.

No obstante lo anterior, si hubo algunos cambios que por políticas del área de producción del IMER, se nos indicaron. Dichos cambios consistieron en que solamente se otorgaría la conducción del programa a una sola persona que debería estar presente en cada programa, esta responsabilidad recayó en Fabián Flores Vázquez, quien era el coordinador del proyecto. Cabe señalar que esta política aplicó para todos los proyectos de nuevo ingreso a la Radio Ciudadana.

Otro cambio importante fue el hecho de que la Dirección de Producción del IMER nos asignó un responsable de producción, con lo cual la parte técnica y operativa del programa “Zona de Expresión”, siempre estuvo supervisada por personal del IMER. Primero contamos con la asistencia de Mayra de León y posteriormente con la colaboración de Diana Ramos, quienes nos dieron muchos y buenos consejos para mejorar la producción del programa, sin que impusieran en ningún momento sobre contenidos o limitante alguna para abordar los temas propuestos en la programación mensual que remitíamos puntualmente al área de Producción. En todo caso, a lo más que se llegó fue a recordarnos que no deberíamos incurrir en hacer proselitismo durante los tiempos de campañas electorales a favor de ningún candidato o partido político.

A partir de enero de 2013 el horario de la barra programática la Radio Ciudadana se modificó y “Zona de Expresión” recorrió su horario, para transmitirse de 9:00 a 10:00 de la mañana cada

miércoles. Antes, el horario era de 8:00 a 9:00 de la mañana. Nuestra percepción es que, con el nuevo horario, hubo más participación ciudadana por la vía del teléfono.

La estructura del programa consistió en abordar un sólo tema por programa; hubo algunos casos de excepción, pero fueron pocos. Siempre contamos con la presencia en cabina de, al menos, un invitado con gran conocimiento en el tema tratado. Además, se leían frases célebres relacionadas con el tema que se abordaba en cada programa. Algunos panelistas solicitaban copia de las frases célebres que se leían. También se leía una recomendación informática que contenía alguna novedad sobre las redes sociales, el adecuado uso de algún programa informático, o bien la sugerencia de visitar alguna página de internet por su importancia social o tecnológica.

Siempre se trató de interactuar con los radioescuchas que participaban mediante sus llamadas telefónicas, tratando de contestar sus preguntas o bien orientándoles sobre cómo atender los asuntos que les inquietaban.

“Zona de Expresión” estuvo al aire del 16 de junio de 2010 hasta el 25 de diciembre de 2013. Se transmitieron 170 programas radiofónicos en vivo los miércoles de cada semana. En este proyecto, además de quienes participamos en “Conciencia del Presente”, se incorporaron Víctor Baruschs Contreras Fuentes, quien ayudó en el diseño del logotipo del programa, del blog y la página en Facebook, además de elaborar la recomendación informática para los radioescuchas, que era leída a la mitad de cada programa. Otra valiosa persona que se incorporó al programa fue la Mtra. Patricia Avendaño Durán, quien con sus acertados comentarios y opiniones sobre los temas en que participaba, así como las sugerencias temáticas por abordar, le dieron otra visión al programa, aunado a que le quitó la apariencia de ser el Club de “Tobi”, porque no había mujeres incluidas en el proyecto original.

TEMA Y OBJETIVO

La felicidad de cada uno de los ciudadanos consiste en gozar plenamente de sus derechos de igualdad, seguridad, libertad y propiedad. La conservación de estos derechos y su aplicación es uno de los objetivos de todo ciudadano. Por eso, el objetivo del programa fue el establecerse como un espacio de reflexión y debate para la ciudadanía sobre la cultura de la legalidad y del Estado de Derecho. Temática que a los ciudadanos en lo individual y como comunidad cada vez más organizada y participativa nos compete.

Dicho objetivo abrió el abanico a todos los temas abordados durante la vida del programa por el simple hecho de que cualquier actividad de la vida económica, social, cultural, de derechos humanos, ecológica, presentaciones de libros o de otra naturaleza, tiene que sujetarse a determinada normatividad aplicable, ya sea a nivel federal o local.

Prácticamente todos los ámbitos de acción ciudadana individual o colectiva, conllevan la aplicación de algún proceso normativo para su operatividad. Por esa razón pudimos agendar y abordar una diversidad temática de interés general en los ámbitos de la política nacional y local: económicos, educativos, laborales, psicológicos, sobre transparencia y rendición de cuentas, ecológicos, de género, presentaciones de libros, sobre medicina alternativa, de informática y desarrollo humano, entre muchos otros.

La programación de los 170 programas radiofónicos de “Zona de Expresión” nos permitió, desde la cabina de la Radio Ciudadana, contar con la participación de legisladores locales y federales, funcionarios públicos, investigadores, psicólogos, médicos, abogados, académicos y ciudadanos comprometidos con alguna causa social. Tuvimos participaciones de personalidades como: Ing. Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, Lic. Manuel Camacho Solís, Lic. Manuel Bartlett Díaz, Lic. Cesar Camacho Quiroz, Ing. Cruz López Aguilar, Mtro. Marco Antonio Baños Benítez, Dr. Jaime Cárdenas Gracia, Dr. Agustín Basave Benítez, Mtro. Ricardo

Sheffield Padilla, Dr. Jaime Tomás Ríos Bernal, Dr. Rafael Camacho Solís, Dra. Esther del Río, Mtra. Lizbeth Rosas Montero, Dr. Javier Oliva Posada, Dr. Martín Vera, Dr. José Castelazo y de los Ángeles, Dr. Diego Valadéz, Lic. Morelos Canseco, psicoterapeuta Yolanda Tortolero, Dr. Alejandro Velazco, Mtro. Néstor Vargas, Mtro. Manuel Quijano, químico Luis Manuel Guerra, Dr. Adolfo Orive, Lic. Carlos Pisano, Arq. Jorge Legorreta, Lic. Rosario Guerra Díaz, Lic. Federico Döring, escritor y conferencista Helios Herrera, abogado Ulrich Richter Morales, Mtro. Enrique Olivares Flores, Mtro. Efraín Pérez Espino, Mtro. Rommel Rosas y muchos invitados más, todos con amplia experiencia en el tema que les correspondió abordar. La lista es muy extensa, pero desde este espacio agradecemos a todos los que participaron y quienes involuntariamente hemos omitido, les ofrecemos una disculpa. A todos nuestro agradecimiento, reconocimiento y respeto.

LOS LOGROS DE LA EXPERIENCIA RADIOFÓNICA

Haber participado en Radio Ciudadana nos permitió contar con el espacio buscado para expresar nuestras ideas, y darles voz a quienes carecían de esa posibilidad. Pudimos convivir e intercambiar puntos de vista con grandes personalidades de la política, la cultura, la administración pública, científicos, académicos, escritores y muchas personalidades más. Todos ellos compartieron su conocimiento con nosotros, así como con los radioescuchas, experiencia que nos permitió conocer y valorar, entre otras cosas:

- El hecho de haber interactuado con los radioescuchas, a través de sus llamadas telefónicas para hacer comentarios o preguntas, principalmente cuando se abordaban temas de interés social más que de política.
- Nunca se utilizó el poder del micrófono para criticar permanentemente, molestar o humillar a nadie, ya que siempre se

- escucharon todas las ideas y se respetaron los distintos puntos de vista. La tolerancia y la pluralidad de ideas así lo exige.
- Siempre acudimos de manera puntual a cada programa porque sabemos valorar la importancia del tiempo en la radio.
 - Asumimos la responsabilidad de investigar y documentarnos sobre cada uno de los temas que se abordaron en cada programa.
 - Utilizamos el espacio radiofónico de manera responsable, porque valoramos el hecho de que en un medio público de comunicación no se persigue la fama ni el protagonismo, sino el servicio público de generar ideas, propuestas y abrir espacio a las ideas de los ciudadanos sin voz pública.
 - Incursionamos en las redes sociales con una página en Facebook y un *blog* dedicados al programa Zona de Expresión.

Al concluir el ciclo del programa, nos quedamos con la satisfacción de haber cumplido con el objetivo de abrir espacios de participación ciudadana y haber hecho de manera responsable ese esfuerzo, porque los ciudadanos se interesen en conocer más el valor de sus derechos, pero también de sus obligaciones como ciudadanos.

TERCERA PARTE: CONCLUSIÓN

Existen varias maneras de definir los logros o resultados de la transmisión de los más de 300 programas logrados en vivo con “Conciencia del Presente” y “Zona de Expresión”; lo logramos siguiendo los principios de pluralidad y tolerancia en la programación temática, y respetando siempre las ideas de nuestros invitados.

Los programas se constituyeron como un espacio para escuchar todas las voces, sin hacer distinciones de posición política, económica o social. Todos los temas eran materia de análisis y dis-

cusión, sin permitir que prevaleciera una idea dominante o un enfoque. El respeto a las opiniones distintas fue sello distintivo de los programas y no se permitió que nadie se asumiera como dueño de la verdad.

La radio ha sido, es (y seguramente seguirá siendo por un lapso prolongado de tiempo) un espacio de interacción social relevante. Con la radio como compañía hacemos las tareas domésticas, estudiamos, nos informamos y nos relajamos, entre otras cosas. La radio es acompañante fija e itinerante, en la casa, la oficina, en el transporte público y el privado, en el trayecto a la escuela, al trabajo o a cualquier lado, incluso en carretera. La experiencia abarca diversas facetas, todas ellas igualmente importantes y útiles para quienes hemos tenido la fortuna de vivirla sin contar con una formación académica *ad-hoc* previa.

La vivencia de la programación, la conducción y la producción radiofónica, ha sido de lo más enriquecedora. Gracias a la experiencia radiofónica, aprendimos a discriminar el *momentum* o *timing* de los temas a programar; la oportunidad, el enfoque y la profundidad del análisis o del debate fueron esenciales para la duración de los programas al aire.

Un aspecto de la mayor importancia es reconocer la actitud madura y tolerante de las distintas administraciones del IMER y la Gerencia de Radio Ciudadana, en su momento, Héctor García Robledo, Patricia Montaña, Adriana Solórzano Fuentes y Claudia Ortigoza Pérez, toda vez que durante el periodo que se transmitieron “Conciencia del Presente” y “Zona de Expresión”, nunca tuvimos indicación alguna para tratar o, en su defecto, para no tratar determinados temas, ni mucho menos inducción sobre la manera de abordarlos. Vaya un reconocimiento a la apertura observada por las autoridades institucionales con todos nosotros e, indirectamente, con la ciudadanía radioescucha.

Afortunadamente, desde el principio, contamos con el apoyo de un grupo de entusiastas colaboradores *free lance*, como Alfre-

do Yagüe Echenausía y Mauricio León, que sumados al cuerpo técnico de base del IMER, básicamente de Víctor Hugo Hernández Becerra y Javier Sánchez Vázquez, tuvimos un soporte de primer nivel, logrando algunos programas verdaderamente memorables y otros no tanto.

Tuvimos que aprender a maximizar el tiempo y, si bien es cierto que al principio teníamos el miedo natural de quedarnos en silencio, en parte por el pánico escénico y en parte por inexperiencia, realmente nunca se vivió un capítulo de falta de materia; antes bien, muchas veces se nos terminó el tiempo disponible y no alcanzamos a tocar todas las aristas de muchos de los temas que habíamos programado, por lo que hubo necesidad de reprogramar esos temas, para tratar de abarcar todos los aspectos que debían ser materia de reflexión.

No obstante, quizá el mayor aprendizaje derivó de la participación y de la calidad de los invitados, así como de las preguntas, apuntes y cuestionamientos de los radioescuchas en los diversos temas que se abordaron, ya que a los neófitos nos obligaban a estudiar para tratar de obtener el máximo de información útil posible de los ponentes e invitados, así como a tratar de apoyar las respuestas a los planteamientos del público oyente. Todo un *posgrado* vivencial, en directo y sin opción de editarlo.

El principal reto lo constituyó la exigencia autoimpuesta de transmitir todos los programas en vivo y no grabarlos, salvo las cápsulas de apoyo y dos o tres programas de “Zona de Expresión”. En ese aspecto, para un grupo de ciudadanos no profesional fue un reto y una gran oportunidad de exigirnos resultados y salir ilesos en el intento. Hoy, a la distancia, se puede percibir con una mezcla de orgullo y satisfacción lícitos, así como admiración por la osadía, o irresponsabilidad según se le vea, que representó la determinación de mantenernos siempre transmitiendo en vivo y evitar las emisiones pregrabadas.

Dado lo valioso del proyecto sostenido por el IMER y, en particular Radio Ciudadana, a lo largo de estos diez años, estimamos

importante mantener el rumbo y antes que acotar, ampliar la carretera de la información radiofónica que ha significado la Radio Ciudadana.

Por la experiencia adquirida y la vivencia radiofónica lograda, creemos que la participación ciudadana en la radio fortalece la democracia; por ello, deseamos larga vida para la Radio Ciudadana.

VIVENCIAS EN LA RADIO CIUDADANA

Luis CARRASCO GARCÍA

Una democracia no puede estar informada por unos cuantos. Por ello, es responsabilidad del Estado generar las condiciones jurídico-políticas para que exista la pluralidad de voces y la pluralidad de empresas.

Javier Esteinou Madrid

Cuando el Instituto Mexicano de la Radio (IMER) difundió, en noviembre del 2002, la noticia de que una de sus estaciones, la XEQK en el 1350 de AM, identificada en aquella época por dar la hora, de ahí su nombre “La hora exacta”, se convertiría en un espacio cuya programación sería resultado de las propuestas elaboradas por la ciudadanía, esta experiencia –en México– era prácticamente desconocida. Es así, que con la creación de esta nueva emisora:

[se] atendió un compromiso pendiente entre el Estado Mexicano y la sociedad civil: la definición de un modelo de comunicación, que

promoviera la cultura democrática a través de la participación ciudadana y estimulara el conocimiento, análisis y solución de los asuntos de interés público y que reflejara la diversidad de sectores de nuestra sociedad, permitiendo la pluralidad informativa.⁶

Y es que en un país que había sido gobernado durante más de setenta años por un único partido que mantenía un férreo control en los medios de comunicación, el que se abriera a la ciudadanía una estación de radio, cuya elaboración de contenidos no emanaran de las propias autoridades o directivos se antojaba un tanto difícil de creer, pero –a la vez– un reto que había que aprovechar.

Afortunadamente, un importante número de asociaciones civiles, instituciones, ciudadanos y grupos independientes respondieron a la convocatoria publicada el 22 de noviembre de 2002 del “1^{er} Concurso de Proyectos Ciudadanos de Radio” que sumaron un total de 145, de los cuales sesenta fueron seleccionados para comenzar, el 1^o de abril del 2003, la programación de La Radio de los Ciudadanos a través de distintas propuestas temáticas creadas por los propios ciudadanos, que deberían estar sujetas a la Misión, Visión y Objetivos de la radiodifusora que busca:

promover la cultura democrática y de participación cívica, a través de la emisión de contenidos programáticos en formatos innovadores de comunicación radiofónica que estimulan el conocimiento, análisis y solución de los asuntos de interés público.⁷

⁶ Héctor García Robledo, *La Radio de los Ciudadanos, Encuentro Sociedad Civil y Gobierno Federal: “Hacia la Corresponsabilidad”*, (México: Secretaría de Gobernación, Instituto Mexicano de la Radio y Auditorio del Centro Médico Nacional, 2005), 1.

⁷ *Misión, visión y objetivos de la XEQK: La Radio de los Ciudadanos*, 7^o Reunión del Consejo de Programación, Radio de los Ciudadanos, México, D.F, 21 de mayo del 2003, 1

De esta manera, tras la favorable respuesta de la primera convocatoria, el IMER lanzó el 1º de abril del 2013 el “2º Concurso de Proyectos Ciudadanos de Radio”, a la cual se inscribieron 219 propuestas, de las que fueron seleccionadas 37 que, a partir del mes de septiembre del siguiente año, se integrarían, de manera paulatina, a la Barra Programática de la XEQK.

Dentro de los 37 proyectos elegidos se encontraba *Cinematógrafo 04*, idea original de Ernesto Medina y Héctor Trejo, quienes iniciaron la aventura de conformar una radiorevista, cuya transmisión dio inicio el 17 de septiembre del 2004, los viernes de 17 a 18 h. Durante su primera etapa, Ernesto, como conductor, y Héctor, en la producción, trabajaron, con muy buenos resultados, en dar forma a la idea presentada en la 2ª Convocatoria y en aterrizar los objetivos de la propuesta radiofónica.

Posteriormente, quien escribe estas líneas fue invitado a integrarse al equipo de trabajo de *Cinematógrafo 04*, primero en el área de concertación de patrocinios, promociones e invitados y, más tarde, como conductor de la propia emisión, junto con Ernesto, actividades que mantuve desarrollando hasta la finalización de la emisión, en el 2007, después de contar con una prórroga de casi dos años más.

La propuesta de sumarme a *Cinematógrafo 04* constituyó un reto muy importante, ya que –hasta ese entonces– si bien ya contaba con una amplia experiencia en la radio como reportero, conductor y productor de diversas emisiones tanto en la radio comercial como en la radio gubernamental y universitaria, nunca había tenido la oportunidad de trabajar en un modelo de radio que en México era prácticamente desconocido, la radio pública.

Desde que llegó la invitación, me surgieron varias dudas acerca de cómo sería la implementación de dicho modelo que, si bien ya tiene muchos años de vida en Europa y Estados Unidos, en nuestro país no se había implementado. De ahí, la importancia de participar de trabajar un proyecto inserto en

la primera estación de radio en nuestro país, concebida bajo la modalidad de Radio Pública, la cual fue definida por Lidia Camacho como:

El papel de la Radio Pública es esencial en nuestra vida democrática o en estos intentos de vida democrática en nuestro país; finalmente, los medios de comunicación, pero la radio en particular –por ser un medio que tiene una gran presencia en nuestro país– juega un papel predominante en los procesos de democratización, de información; es ese vínculo entre la ciudadanía y lo que está pasando en nuestro país, ese espacio que nos permite pensar, reflexionar; este espacio que nos permite llevar la información del acontecer estatal, nacional a todos los radioescuchas.⁸

Y es que como también lo señala Lidia Camacho, con la Radio Pública existe la posibilidad de dar a conocer las diversas manifestaciones culturales, nuestras costumbres y la diversidad cultural en todo nuestro territorio, y con ello vincularnos, de manera permanente, con otras radiodifusoras a nivel internacional.

En el caso particular de la radio pública, la tarea es lograr generar un círculo virtuoso en donde los grupos sociales promuevan y ejerzan su derecho a comunicar, pero que también contribuyan con sus trabajos al desarrollo político y social del país.⁹

De igual manera, en mi labor como docente en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de las materias relacionadas –en aquella época– con la producción radiofónica, se tomaba como referencia, entre otras, la BBC de Londres, Radio Francia Inter-

⁸ Lidia Camacho Camacho, “El papel de la radio pública”. Entrevista radiofónica realizada en el 2004, Tuxtla Gutiérrez Chiapas.

⁹ Creel Miranda, Santiago, “La consolidación democrática y el ejercicio de la libertad de expresión”. La *Radio de los Ciudadanos. A un año de su creación*. (México: IMER, SEGOB, 2004), 8.

nacional, RAI, de Italia, y ARD, de Alemania, para ejemplificar un modelo de radio que en México no existía.

Ahora, se daba la oportunidad de ejercer, de manera activa y directa, esa modalidad de hacer radio que antes era una ilusión, una idea hipotética, algo que parecía inalcanzable. No había que desaprovechar el espacio que se abría, paradójicamente, con la llegada de un nuevo partido al poder que si bien generó muchas expectativas (y al final dejó de cumplir la mayoría de ellas) al menos tuvo el mérito de abrir una de sus frecuencias en el IMER para la participación ciudadana en lo que Francisco José Paoli Bolio denominó como un “espacio público ciudadano o social”:

En el mundo moderno y globalizado en el que vivimos, se requieren ampliar los espacios públicos ciudadanos, esferas que median entre los órganos del Estado y la sociedad, los cuales se expresan de manera concreta en las organizaciones de la sociedad civil y en las instancias de participación de la ciudadanía, principalmente las que se ubican en los medios de comunicación. El espacio público ciudadano es el ámbito en donde el individuo adquiere fuerza del colectivo.¹⁰

En este sentido, cabe destacar el compromiso de la entonces Directora General del IMER, Dolores Béistegui, de apoyar sin cortapisas La Radio de los Ciudadanos que a partir del 15 de agosto del 2005 se trasladó a la frecuencia XEDTL 660 AM. Este cambio les permitió tener mayor cobertura y ser sintonizada por un mayor número de radioescuchas al abarcar una mayor zona geográfica integrada, entre otros, por los estados de México, Puebla, Morelos, Hidalgo, Guerrero, Querétaro y Tlaxcala, además del Distrito Federal.

Y justo por lo anterior, el reto de *Cinematógrafo 04* era acercar a un público a las temáticas y problemáticas vinculadas al Séptimo Arte, principalmente el mexicano no comercial; se partía

¹⁰ Francisco José Paoli Bolio. “La radio como espacio público ciudadano”. *La radio de los Ciudadanos...*, 10.

de la idea de que en la medida en que se ofrecieran y abordaran tópicos más allá de sus intereses establecidos, se podrían vincular nuevos tópicos a su experiencia cotidiana, y se formaría a un radioescucha informado, crítico y analítico que se transformara en audiencia como público o grupo social, desde la perspectiva del sociólogo y comunicólogo Dennis Mc Quail:

El elemento clave de esta visión de la audiencia es la pre-existencia de un grupo social activo, interactivo y en gran medida autónomo al que sirve un concreto medio de comunicación, pero cuya existencia no depende de ese medio.¹¹

En este sentido, cabe recordar uno de los argumentos que fundamentó *Cinematógrafo 04* para contar con un espacio y justificar la permanencia en la Radio Ciudadana:

El equipo de trabajo de *Cinematógrafo 04* considera que la radio es un medio que te acerca a la gente de manera cálida, inmediata, libre, creativa y con profundidad. De acuerdo con lo anterior todos los que participamos en la emisión hemos tenido la necesidad de expresar, transmitir, presentar y difundir la cinematografía de México y el mundo. Estas son sólo algunas cosas que nos han motivado para desarrollar el programa de radio, así como desempeñarnos de manera profesional, con pasión y amor por la radio.¹²

Cada semana *Cinematógrafo 04* abordaba, en sus distintas secciones, noticias, estrenos, recomendaciones, cobertura de actividades, festivales y eventos fílmicos y, como parte central de la emisión, la presencia de un invitado relacionado con la industria fílmica, quien reflexionaba, analizaba, criticaba o simplemente presentaba el trabajo que realizaba en torno al cine.

¹¹ Dennis McQuail, *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. (Barcelona: Ed. Paidós, 2000), 280.

¹² Ernesto Medina, *Artículo Cinematógrafo 04*, (México, 2005), 1.

Durante los casi tres años de vida que tuvo el programa al aire se contó con la asistencia de actores, cineastas, productores, guionistas, críticos, académicos y directores de cine, entre muchos otros, quienes de viva voz, sin ningún tipo de cortapisas o limitaciones, expresaban sus opiniones respecto al tema o proyecto en el que participaban.

En ningún momento, nuestra emisión contó con algún tipo de prohibición o censura; nunca se nos dio alguna línea a seguir o condicionó la presencia de algún invitado o un tema que no se debiera tratar. La libertad absoluta siempre privó a lo largo de todas las emisiones; no había que informar a alguna autoridad de los contenidos que se abordarían.

Lo anterior fue resultado del absoluto respeto con los que siempre se abordaron los temas y con el que se condujeron tanto los invitados como quienes conducíamos el programa. La libertad de expresión no debe confundirse con insultar, difamar o faltar el respeto a aquellos con quienes discrepamos o no estamos en desacuerdo con su manera de pensar como sucede y, en muchas ocasiones, alienta la radio concesionaria o comercial.

Ante todo, debe privar el respeto y la tolerancia, principios que debe hacer valer y respetar no sólo la radio pública sino la radio en general. La Ley Federal de Radio y Televisión establece en varios de sus artículos el comportamiento que deben asumir quienes se encuentran frente a un micrófono. Incluso, el propio IMER cuenta con su propio Código de Ética que tiene que conocerse y hacerse valer por todos los que cuentan con un espacio en las distintas estaciones con la que cuenta el instituto, incluida la Radio Ciudadana.

El cumplimiento de lo antes descrito, explica por qué *Cinematógrafo 04*, de acuerdo a las mediciones de audiencia o *ratings* proporcionados por el IMER, se colocó en el 4º lugar entre las preferencias de quienes escuchaban la estación. De igual manera, el número de llamadas que comentaban, cuestionaban, proponían o felicitaban el programa se incrementaba semana a semana.

En aquel entonces, el correo electrónico o las redes sociales virtuales no estaban tan generalizadas y, por ende, no se hacía mucho uso de las mismas. La forma de comunicarnos con nuestra ahora ya fiel audiencia era, por decirlo de alguna manera, la *tradicional*, es decir por teléfono y, en algunos casos, por cartas que llegaban a la emisora.

Tanto en las llamadas como en las cartas, se percibía, por un lado, un interés de los escuchas por que se explicaran, pero, sobre todo, se analizaran las causas de los tópicos que se abordaban, y, por el otro, la cercanía que tenían con los temas que cada semana se abordaban, es decir, era una audiencia informada, enterada de las cosas que suceden y le afectan a la sociedad.

Y es justo esa audiencia (informada y enterada) la que caracteriza a la radio pública, en este caso la Radio Ciudadana; es aquella que no se conforma con los chismes, con las banalidades, con los aspectos intrascendentes y poco sustentados. Por lo contrario, es una audiencia que busca ir al fondo de los hechos, que le expliquen las causas y consecuencias de lo que vive a diario, cualidades que la distinguen de los radioescuchas de otras estaciones. La radio pública no debe pugnar por la cantidad de radioescuchas o depender del *rating*, sino luchar por conservar a su audiencia y ofrecerles, entre otros aspectos, contenidos de calidad y propositivos.

Y como todo lo que principia también acaba, el tiempo de permanencia al aire de *Cinematógrafo 04* estaba por llegar; sin embargo, para buena fortuna de quienes aquí trabajábamos, el Consejo de Programación de la emisora solicitó a varios de los programas –tras el buen desempeño que habíamos tenido y la buena respuesta que habíamos logrado con los radioescuchas– fundamentar por escrito, el porqué solicitábamos continuar al aire.

Éste es un fragmento del texto que se escribió en aquella ocasión y que refleja la experiencia y aprendizaje adquiridos en la Radio Ciudadana:

[...] el mayor beneficio es el trabajar profesionalmente en un medio de comunicación, así como el aprendizaje día a día; vivir la experiencia de afrontar retos, demandas y el saber tomar decisiones, que me han hecho madurar profesional y personalmente.

De manera grupal el mayor beneficio es el aprender a trabajar en equipo, debatiendo, conciliando, enriqueciendo y dando forma a nuestras ideas.¹³

Afortunadamente, la respuesta de que podíamos continuar llegó el 31 de julio del 2004, cuando, junto con otros 35 proyectos seleccionados de los diferentes concursos de proyectos ciudadanos de radio, *Cinematógrafo 04* siguió con la posibilidad de poder vincular a los radioescuchas con el quehacer filmico nacional e internacional. Esta segunda etapa fue de mucho aprendizaje, tanto de sus propios errores como de lo que nuestra audiencia nos decía, escribía y comentaba.

Fue una etapa de replantear algunos de los objetivos que, de manera inicial, se habían tenido, los cuales ya se habían cubierto; y formular nuevos, de acuerdo a la nueva dinámica en la que habíamos entrado. Había que consolidar lo que logramos, y establecer nuevos retos; era necesario fortalecer el proyecto que se planteó en el 2004.

El trabajo realizado hasta entonces se tradujo en invitaciones a cobertura de festivales, eventos filmicos, ciclos y muestras, así como la solicitud de espacio en *Cinematógrafo 04* por parte de los diversos actores y sectores del ámbito cinematográfico para debatir sobre los más variados temas de interés de la industria fílmica nacional.

Así pudimos contar con la presencia de Luis Tovar y Rafael Aviña, crítico de cine; Teresa Suárez, directora del cine; Gerardo Salcedo, subdirector de programación de la Cineteca Nacional; Iván Trujillo Bolio, director de la Filmoteca de la UNAM; y Sara

¹³ Medina, *Artículo...*, 1.

Hock, directora del Festival Internacional de Cine de Guanajuato, entre muchos otros.

Por otra parte, como resultado del reconocimiento obtenido después de muchos meses de trabajo, *Cinematógrafo 04* empezó a ser invitado a los principales festivales de cine del país como los de Guadalajara, Morelia o Guanajuato; a la cobertura de eventos relevantes como la Muestra Internacional de Cine, el Foro Internacional de la Cineteca, el Festival de Cine de Verano de la UNAM y la entrega de los premios *Ariel* y *La taquilla de Oro*, respectivamente.

La asistencia a dichos eventos permitió vincularnos con otros actores del quehacer filmico, tener información de primera mano que permitiera ofrecer a nuestra audiencia un acercamiento más puntual y directo a los temas que se discutían en dichos escenarios y quienes participan en ellos. *Cinematógrafo 04* compartía los mismos espacios tanto con los medios especializados como con los programas de mayor reconocimiento en aquel entonces.

El esfuerzo y la tenaz labor realizados por Ernesto, Héctor y el autor de este texto se veían coronados; desafortunadamente, a la par de este logro, el fin de las transmisiones del *Cinematógrafo 04* estaba por venir. La fecha límite llegó y el viernes 31 de marzo del 2007 fue la última emisión. Nos quedamos con un cúmulo de conocimientos, aprendizajes, pero, sobre todo –y quizá lo más importante– la experiencia de servir a la audiencia, a los ciudadanos que confiaron y confían en un proyecto que cada día se hace más necesario defender.

Con la salida del poder del partido político que impulsó la creación de la ahora Radio Ciudadana y los recientes cambios que de manera reciente han tenido lugar en el IMER, siempre quedan dudas y sospechas de que el proyecto sea independiente a los intereses del nuevo partido en el poder, y sobre la posibilidad de que los gobernantes y políticos en turno caigan en la tentación de querer eliminar un proyecto que ya cumplió diez años.

Sin embargo, resulta paradójico que, por un lado, se festeje una década de “dar la voz” a los ciudadanos y, por otro lado, con

la reciente Reforma de Telecomunicaciones no se le haya dado certeza jurídica a las estaciones permisionarias y, por extensión, a la conformación de una radio pública fuerte, autosustentable y democrática.

Radio Ciudadana ha contribuido a abrir los espacios y micrófonos a diversos sectores de la sociedad, representados por instituciones, organizaciones no gubernamentales, grupos independientes y, sobre todo, “ciudadanos de a pie”, como fue el caso de quienes conformamos *Cinematógrafo 04* que pudimos expresar y exponer nuestra perspectiva y sentir acerca de una de las actividades más importantes: la promoción de la cultura, representada en el séptimo arte.

En la actualidad, el cine mexicano empieza a vivir otros tiempos, donde los propios mexicanos acuden a ver lo que se produce en su propio país, por lo que se hace necesario la existencia de más programas como *Cinematógrafo 04* para la promoción y difusión de lo que se hace en los distintos sectores que conforman el quehacer filmico.

Ante la avasallante y apabullante presencia del cine de Hollywood que –de acuerdo a los datos dados a conocer por el Observatorio Público Cinematográfico “Rafael E. Portas”¹⁴ en las 21 semanas del año del 2014, el 86.01% de las pantallas del país han sido ocupadas, semana a semana, por sólo cinco títulos de los Estados Unidos, junto con una voraz y feroz campaña de publicidad que acapara la gran mayoría de los medios escritos, electrónicos y virtuales, espectaculares y parabuses, la posibilidad de que las audiencias se enteren de los estrenos del cine mexicano y de otros países se vuelve cada vez más difícil. De ahí, la necesidad de contar con más espacios que hablen de otros tipos de cinematografías que existen en el mundo.

Y así como el ejemplo del cine, lo mismo sucede con las demás expresiones artísticas o de aquellos temas educativos, sociales,

¹⁴ “Sí al cine mexicano y al cumplimiento de la *Ley Federal de Cinematografía*”. Desplegado Publicado en diversos diarios. México, D.F, 15 de junio del 2014.

deportivos, culturales o de salud que, si no son mediáticamente interesantes y atractivos, no tendrán suficiente espacio en los medios tradicionales. Es importante fortalecer los medios públicos, de que se ofrezca más apoyo –tanto económico como técnicos– para dar sostén a más propuestas ciudadanas. Se deben crear más espacios que no sólo estén supeditados a las convocatorias que cada dos años –en promedio– publica la Radio Ciudadana y que en 2014 llegaron a su octava emisión.

Un papel muy importante es el que juegan las universidades, instituciones educativas del país y las carreras de comunicación que ahí se imparten, como un caudal de oportunidades, donde los estudiantes tienen la posibilidad de poner en práctica lo aprendido en las aulas, así como confrontar la teoría con la práctica en espacios como la Radio Pública.

Personalmente, tengo la satisfacción de que varios de quienes han sido mis alumnos han presentado proyectos en algunas de las convocatorias y han resultado ganadores en la Radio Ciudadana, en alguna otra de las estaciones del Grupo IMER, en el sector público o el cultural.

México debe democratizar los medios de comunicación, abrir la competencia a un mayor número de jugadores y, principalmente, multiplicar los espacios para escuchar las voces y la participación de los distintos sectores de la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

CREEL MIRANDA, Santiago. “La consolidación democrática y el ejercicio de la libertad de expresión”. En *La radio de los ciudadanos. A un año de su creación*. México: IMER, SEGOB, 2004.

GARCÍA ROBLEDO, Héctor. *La Radio de los Ciudadanos, Encuentro Sociedad Civil y Gobierno Federal: “Hacia la Corresponsabilidad”*. México: Secretaría de Gobernación, Instituto Mexicano de la Radio y Auditorio del Centro Médico Nacional, 2005.

- MCQUAIL, Dennis, *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. 3ª ed. Barcelona: Ed. Paidós, 2000.
- MEDINA, Ernesto. *Artículo Cinematógrafo 04*. México, 2005.
- Misión, visión y objetivos de la XEQK: La Radio de los Ciudadanos*, 7º Reunión del Consejo de Programación, Radio de los Ciudadanos, México, D.F, 21 de mayo del 2003.
- PAOLI BOLIO, Francisco José. “La radio como espacio público ciudadano”. En *La radio de los ciudadanos. A un año de su creación*. México: IMER, SEGOB, 2004.

*Radio Ciudadana: estudio y testimonio de un modelo
ciudadano de comunicación radiofónica*

Febrero de 2017

RADIO CIUDADANA

Estudio y testimonio de un modelo ciudadano de comunicación radiofónica

El derecho a la comunicación es el que tiene toda persona a acceder a canales de información como la radio y la televisión, pero este ideal es meramente un anhelo en tanto no se establezcan mecanismos que garanticen a la población la posibilidad de ser emisora de contenidos. *Radio Ciudadana* es un paradigma en el cuadrante mexicano porque la mayor parte de su programación es coordinada directamente por la sociedad civil.

En el 660 de Amplitud Modulada, desde la Ciudad de México, *Radio Ciudadana* es un modelo de radio pública que debe ser replicado. A trece años de su primera transmisión, este libro busca, por un lado, recoger reflexiones académicas en torno a esta especial radiodifusora; y por otro, narrar la experiencia de colaboradores y ciudadanía que han dado vida con su trabajo a esta estación. Es, además, nuestro reconocimiento a un modelo que –si bien es perfectible y puede fortalecerse– también simboliza lo que expresa contundentemente uno de sus promocionales: *radio pública, en su máxima expresión.*

