

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

PARTICIPACIÓN CIUDADANA
EN “LA RADIO DE LOS CIUDADANOS”.

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

P R E S E N T A

MAURICIO GONZÁLEZ HERNÁNDEZ

ASESORA: MTRA. ALMA ROSA ALVA DE LA SELVA

Octubre del 2006.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos:

A mi asesora, Maestra Alma Rosa Alva de la Selva por su apoyo y por haber creído en mí.

A mi Madre, por haberme apoyado durante toda mi vida y ser el origen de mi carácter, mi fuerza y por haber llegado hasta aquí.

A mi hermano, que ha sido pieza fundamental en la estructuración de mi personalidad y superación personal.

A mi Amor Lupita, mi futura esposa y que ha esperado hasta ahora para compartir nuestras vidas y transformar nuestros sueños en una realidad.

A la Universidad Nacional Autónoma de México, por toda mi formación académica y profesional.

Y finalmente a Dios, por nunca haberme olvidado, por siempre acompañarme y por darme mi Vida.

Gracias.

Enero del 2007

ÍNDICE	I
Introducción	III
Capítulo 1.-La Radiodifusión en México.	
1.1 La Radio como Medio de Comunicación.	1
1.2 Los Inicios de la Radio en México.	3
1.3 Función Social de la Radio en México.	10
1.4 Radio Comercial, Estatal y Cultural.	14
1.5 Radio Comunitaria.	20
1.5.1 La Radio Comunitaria en Europa.	22
1.5.2 La Radio Comunitaria en América Latina.	24
1.5.3 La Radio Comunitaria en México.	25
Capítulo 2.-La Participación Ciudadana y la Radio.	
La Participación Ciudadana en México.	
2.1 Antecedentes.	31
2.2 Participación Social, Información y Medios.	40
2.3 Mecanismos de Participación Ciudadana.	43
2.4 Tipos de Participación.	49
2.5 La Participación Ciudadana en la Radio.	52
Capítulo 3.- El Instituto Mexicano de la Radio.	
3.1 La Radio de Estado: el IMER.	59
3.1.2 Orígenes.	63
3.1.3 Objetivos del IMER.	68
3.1.4 Emisoras.	71
3.2 Producción Radiofónica.	
3.2.1 El Proceso de la Producción Radiofónica.	77
3.2.2 Produciendo una Radio Diferente.	83

Capítulo 4.- “La Radio de los Ciudadanos”.	86
4.1 El Otro Modelo Radiofónico.	88
4.2 El Proyecto.	93
4.3 Desarrollo de la Estación.	96
4.4 Objetivos de la Estación.	98
4.5 Situación Actual.	102
4.6 La Participación en “La Radio de los Ciudadanos”.	104
4.7 Función Social.	108
4.8 Las Sigüientes Facetas.	109
5.- Conclusiones.	112
6.- Bibliografía.	117
7.-Documentos Anexos.	125

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación forman parte de la sociedad y se han convertido a lo largo de los años en un factor de trascendencia económica, política, cultural y social. Los medios han contribuido como formadores de identidad para distintas generaciones y son espacio de diálogo social.

El papel que han desempeñado los medios de comunicación ha sido fundamental en la formación de la conciencia, la conducta social de los ciudadanos y sus organizaciones. En la escena social y política, los medios contribuyen a la democratización de los procesos de acción y decisión colectiva, fortaleciendo a la sociedad civil organizada. El valor de la tecnología se encuentra en su capacidad para hacer posible un mundo mejor fomentando valores universales.

Nuestra sociedad necesita un sistema de comunicación e información libre, plural, crítico y responsable, que garantice la participación ciudadana y el desarrollo democrático.

La existencia de una radio ciudadana sería de gran utilidad para una sociedad como la nuestra y una ciudad como el Distrito Federal. Es necesario un medio de comunicación dirigido especialmente a los ciudadanos, que atienda sus demandas, procure su desarrollo, promueva la educación, la salud, la cultura y todos aquellos temas de importancia social.

Contribuir al desarrollo de una actitud de participación en la vida ciudadana y en los medios de comunicación, puede ser posible a través de una emisora que piense en los ciudadanos.

Hay emisoras que fomentan cierto tipo de participación de los radioescuchas como solicitar una melodía o ganar boletos para un evento; pero ésa no es una dinámica productiva en el desarrollo de la participación ciudadana, ni en los medios de comunicación ni en la vida socio-democrática.

Es por eso que en esta investigación se analizará la experiencia de “La Radio de los Ciudadanos” como un espacio radiofónico de participación ciudadana.

Es evidente que los medios de comunicación privados tienen como prioridad la estabilidad financiera a través de la venta de tiempo al aire, y que encuentran en el auditorio a consumidores y no a ciudadanos con derechos y necesidades.

“La Radio de los Ciudadanos” en el 660 de AM, cuenta con una programación integrada por múltiples programas, todos ellos con temas variados estructurando un rico mosaico, que quizás dentro de esta variedad logre cubrir las problemáticas de un extenso auditorio.

La existencia de una radio de este tipo en nuestra sociedad puede fortalecer los canales democráticos y representar una puerta abierta a la participación en los medios. Esta actividad es de gran importancia para un crecimiento y formación de una cultura mediática, social, política, ciudadana, entre otras.

Los medios de comunicación se han alejado de su responsabilidad social y más aún al ser propiedad privada.

Por una parte la información es mercancía que se vende y se compra; la música es sólo un distractor entre cada pausa comercial, los programas son cada vez más inadecuados y no hay una real participación de los ciudadanos en ninguno de ellos.

En este caso nos ocuparemos de un modelo radiofónico distinto, que mantiene como objetivo la participación ciudadana como elemento constructor de nuevos lazos democráticos entre la ciudadanía y el gobierno.

La participación de los ciudadanos es un derecho y una forma de expresión, es un camino para encontrar una solución a las múltiples problemáticas sociales.

Esta participación social es el inicio de un probable desarrollo ciudadano, es una buena manera de transmitir un mensaje y proponer soluciones, así como contribuir al fortalecimiento de la opinión pública y fomentar el nivel cultural de los oyentes.

Es una forma de colaboración entre los ciudadanos y las autoridades en la ejecución de una obra o la prestación de un servicio público. Es un mecanismo a través del cual los ciudadanos pueden emitir opiniones y formular múltiples propuestas a favor de su comunidad.

Hay quienes sostienen que los medios de comunicación tienden a reforzar los puntos de vista personales más que a modificarlos, y otros creen que, según quien los controle, pueden modificar decisivamente la opinión política de la audiencia. En cualquier caso, ha quedado demostrado que los medios de comunicación influyen a largo plazo de forma sutil, pero decisiva sobre los puntos de vista y sobre la opinión de la audiencia.

Esta radio representa la posibilidad de consolidarse como un espacio público ciudadano para fomentar la cultura democrática y la participación ciudadana.

El presente trabajo se ha dividido en cuatro capítulos. El primero de ellos aborda brevemente el contexto histórico en el que se ha originado y desarrollado la radio en nuestro país, con la intención de proporcionar una visión histórica necesaria para ubicarnos en tiempos, escenarios y espacios.

El segundo capítulo analiza el *proceso de la participación ciudadana* desde sus principales antecedentes, su desarrollo y las manifestaciones más importantes al alcance de los ciudadanos, como parte de una serie de mecanismos de participación ciudadana para formar parte e intervenir en los procesos de interés nacional.

El tercer capítulo se refiere al Instituto Mexicano de la Radio como sede de “La Radio de los Ciudadanos”, emisora integrante del grupo IMER. Motivo por el cual se justifica la importancia de su análisis, primordialmente por ser el ejemplo más representativo de la radio de Estado, y en segunda por ser la institución en la que se ha desarrollado el modelo radiofónico al que dedicamos esta investigación. Además se examinará el *proceso de la producción radiofónica*, como base indispensable para cualquier tipo de trabajo radiofónico, y sin la cual no es posible realizar un proyecto con la calidad necesaria.

El cuarto y último capítulo trata sobre “La Radio de los Ciudadanos”, sus orígenes, el proyecto, su desarrollo, los objetivos de la emisora, su situación actual, los espacios de participación ciudadana, la función social y los próximos pasos a seguir.

Esta es la estructura que rige el desarrollo del presente análisis e investigación de un modelo entre las emisoras actuales, que podría contribuir a la formación de un sistema de expresión plural frente a las políticas mediáticas y el desarrollo democrático. Así mismo, este apartado se centra en “**La Radio de los Ciudadanos**”, un modelo de comunicación para expresarse y participar en el *nuevo espacio público ciudadano*.

CAPÍTULO 1

LA RADIODIFUSIÓN EN MÉXICO

En este capítulo se abordará brevemente el contexto histórico en el que se ha desarrollado la radio en nuestro país, es decir, tiempos, espacios y sucesos para adquirir una visión más precisa del crecimiento de la industria radiofónica en México.

1.1 LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN

La radio es un medio de comunicación que se ha transformado con el paso del tiempo en un componente altamente aceptado en la vida diaria, es un medio accesible para transmitir un mensaje. Los medios de comunicación juegan un papel indispensable en la actualidad por la amplia gama de ideas, mensajes, valores, gustos y necesidades que pueden transmitir en la sociedad.

Desde sus inicios, la radio se ha consolidado como un medio de comunicación masiva a nivel mundial.

La importancia de la radio radica en que a través de ella se puede lograr la comunicación, potencial transmisora del conocimiento y fortalecimiento de los valores sociales, que permiten un incremento de la participación social, además de informar entretener, educar, entre otras actividades. “La radio es un medio de comunicación masiva importante porque llega a todas partes y porque afecta directamente a cada uno de sus destinatarios, es también el más poderoso instrumento de influencia personal...” (1)

La radio mantiene un ambiente de tipo familiar por medio de una comunicación personal y directa, es un centro de unión que permite a un individuo estar en contacto con el resto, hace las veces de una especie de eje rector lo que le permite ser un medio con gran poder.

(1) Lluís Bassets, *De las Ondas Rojas a las Radios Libres*, Barcelona, España. Gustavo Gili, 1981, p.141.

María Cristina Romo Gil, estudiosa de este medio, establece que “la radio es un elemento de lo que se ha dado en llamar *comunicación social*, puesto que tiene la posibilidad de poner en relación a grupos sociales grandes.” Es un instrumento tecnológico con la capacidad de establecer un mismo vínculo entre la sociedad, pero para esto requiere de un emisor, un receptor y un mensaje acompañado de voz, música y efectos. (2)

De acuerdo con Patricia Pennok, podemos considerar, que “la radio es un medio de comunicación masiva, es una extensión del hombre convertida en máquina de información y entretenimiento... un mundo de comunicación entre radio y radioescuchas...”.(3) La radio no es sólo música y palabras, involucra a los oyentes, los acerca y los hace ser parte de una realidad que se comparte en común y que se apropia cada uno de ellos. Y como medio de comunicación masiva tiene la función de educar, informar y entretener.

El aspecto comercial en la radio, que veremos más adelante, se ha reforzado a lo largo de su historia. La explotación comercial en la radio es un factor que no debería imperar de manera abrumadora en el país, pues existen otros modelos como las radios públicas, comunitarias e incluso las radios piratas, que se enfocan a un margen de operación distinto, dando importancia a aspectos más humanos, menos comerciales y que buscan cumplir con una función de servicio público más productiva.

La radio se encuentra en un continuo proceso de evolución y adaptación de acuerdo a su contexto presente, ofrece muchas opciones para un público variado y representa la posibilidad de estar comunicado en diferentes regiones y con distintos sucesos.

(2) Cristina Romo Gil, *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*, México, UIA, 1975, p.13

(3) Norma Pennok, *Participación social*, México, Foro de Consulta Popular, 1989, p.20.

1.2 LOS INICIOS DE LA RADIO EN MÉXICO

Antecedentes y orígenes

En la actualidad los medios de comunicación se consolidan como un elemento fundamental en cualquier sociedad, pues son un reflejo del país, y a la vez constituyen un espacio de diálogo social.

En nuestro país, la radio se ha estructurado como uno de los medios de comunicación masiva más importantes, representa el desarrollo tecnológico en materia de comunicación, en información, cultura, entretenimiento, entre otras. A lo largo de su evolución podemos apreciar una serie de sucesos históricos, que registran el avance socio-democrático del país en materia de comunicación y participación ciudadana.

A continuación analizaremos brevemente el proceso que ha seguido la radio, su evolución, hasta llegar a la actualidad y así establecer el contexto histórico necesario para comprender el origen de este medio de comunicación en México.

Después de terminado el movimiento revolucionario de 1910, se empezaron a estructurar grupos de poder a principios de los años veinte, que permitirían el desarrollo de la industria de la radiodifusión a costa del capital extranjero. Fernando Mejía Barquera señala lo siguiente sobre el surgimiento de la radio en nuestro país: “La radiodifusión en México surgió ciertamente en un período conflictivo; en una época de crisis y de inestabilidad política”,⁽⁴⁾ y que marcó una etapa histórica en la que se concentraron diversos factores para el desarrollo de la radio y de los medios de comunicación electrónicos en México.

(4) Fernando Mejía Barquera, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado Mexicano*, México, Fundación Manuel Buendía, 1° edición. 1989, p.17.

A partir de 1921, técnicos y radioaficionados comienzan a practicar en la radio transmitiendo mensajes. De acuerdo con Fátima Fernández Christlieb, “la primera emisión radiofónica en el país la lleva a cabo el Dr. Adolfo Enrique Gómez Fernández en la ciudad de México, el 27 de septiembre de 1921”, como antecedente de los inicios de la radiodifusión en el país. (5)

Por otra parte Francisco de Anda y Ramos, así como otros industriales de la radio, atribuyen las primeras transmisiones al Ing. Constantino de Tárnava, el 9 de octubre de 1921 en la ciudad de Monterrey, con una potencia de 50 watts. De Tárnava, con el objetivo de financiar su proyecto, comienza a vender tiempos para anuncios comerciales, así como aparatos receptores, surgiendo el modelo de la radio comercial en México, “...según reportes recibidos posteriormente, pudo ser escuchada en varios países sudamericanos, e incluso llegó hasta Nueva Zelanda.” A pesar de ser los primeros intentos formales por incursionar en la radiodifusión, los intereses comerciales predominan desde ese entonces, como el modelo más rentable para impulsar la industria radiofónica.(6)

De Tárnava, denominó a la estación con las siglas T-ND, que significaban Tárnava Notre Dame, al parecer por la universidad donde el joven radiodifusor estudió en Estados Unidos; más tarde obtuvo el permiso de autorización 24-A experimental. En 1923 obtiene la licencia para operar y para hacerlo comercialmente se identificaría como C40.

(5) Fátima Fernández Christlieb, *Los medios de Difusión Masiva en México*, México, Juan Pablos Editor, 1998, p.88.

(6) Francisco De Anda y Ramos, *La Radio: el Despertar del Gigante*, México, Trillas, 2° edición. 2003, p.66.

En 1922 surge en Morelia otra emisora a cargo de Tiburcio Ponce, que transmitía con una potencia de 25 watts; también conocida como la 7-A experimental. En junio del mismo año, los radioaficionados constituyen la Liga Nacional de Radio, “organización que tiene como primera finalidad desarrollar un intercambio de experiencias; tiempo después tales experiencias serán utilizadas por los grandes inversionistas.”⁽⁷⁾ Los intereses económicos en la naciente radio fueron dando lugar a las asociaciones con corporaciones transnacionales, tal es el caso de la instalación de “La Casa de la Radio Universal” (CYL) en abril de 1923 a cargo de Raúl Azcárraga Vidaurreta, en sociedad con el periódico *El Universal* y la (CYB), propiedad de la cigarrera El Buen Tono, antigua emisora de la Ciudad de México, misma que fue inaugurada por el presidente Álvaro Obregón, el 16 de septiembre y, que hoy en día transmite con las siglas XEB.

En el año de 1922, pero en la ciudad de México, surge la primera estación a cargo de José de la Herrán con las siglas JH. Son los inicios de esta nueva radio experimental, que transmitía en amplitud modulada.

La primera Conferencia Internacional de Telecomunicaciones en la que participa México fue en 1929 en Washington, D.C. Estados Unidos, en donde son otorgadas las identificaciones XE y XH. Poco después se asignan los códigos de identificación para las estaciones de radio a través de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas (SCOP), que por cierto era la forma más eficiente para desarrollar un sistema de radiodifusión durante el periodo obregonista, correspondiéndole a México las siglas XE.

(7) Fátima Fernandez Christlieb, *Op. Cit.*, p.88.

La clave XEH le fue asignada a la estación de De Tárnava, antes mencionada, y XEI para la emisora de Ponce, “la XEH y la XEI se consideran las estaciones pioneras de la radio comercial en México, después, entre 1923 y 1936, nacen 46 nuevas radiodifusoras de amplitud modulada.”⁽⁸⁾ Por lo tanto estas dos estaciones se consideran como las más antiguas del país.

Los avances en materia de radiodifusión motivaron el surgimiento de otras organizaciones, “para 1923 existe, además de la Liga Nacional de Radio, el Club Central Mexicano de Radio y el Centro de Ingenieros. La fusión de las tres da origen a la Liga Central Mexicana de Radio, primer antecedente de la actual Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión.”⁽⁹⁾

En 1924, la Secretaría de Educación Pública funda la CZE como una emisora de tipo oficial; que posteriormente se convertiría en Radio Educación. La influencia extranjera buscaba el establecimiento de la radio comercial en el país. Para 1925 operaban siete emisoras en la capital y cinco en el resto del país como Mazatlán, Mérida y Oaxaca. Otras emisoras que aparecieron fueron la CYH de Hig Life, la CYX de *Excélsior* y la CYJ de General Electric.

En 1926 se dieron los primeros intentos para establecer las normas del funcionamiento de la radio comercial, expidiéndose el 23 de abril la Ley de Comunicaciones Eléctricas, durante la presidencia de Plutarco Elías Calles.

Es importante hacer notar que en aquella época se estableció un conjunto de disposiciones jurídicas que prohibían hacer política a los particulares a través de la radio, limitando ésta actividad exclusivamente al Estado. Se estableció la transmisión gratuita de mensajes y boletines en las radiodifusoras. Posteriormente se presentarían avances en materia de normatividad en la radiocomunicación, como la Ley de Vías Generales de Comunicación.

(8) Francisco De Anda y Ramos, *Op. Cit.*, p.67.

(9) Fátima Fernandez Christlieb, *Op. Cit.*, p.88.

Empresario y pionero de la radio, Emilio Azcárraga Vidaurreta, personaje con trascendencia en el desarrollo de la industria de la radio, primeramente vendía zapatos de una empresa norteamericana, vendía automóviles de la empresa Ford y mantenía relación con la empresa RCA-Víctor, productora de equipo y aparatos de radio.

Inauguró una de las estaciones con más presencia e influencia en nuestro país, se trata de la XEW, con el lema “La Voz de la América Latina desde México”, pero a base de capital extranjero, tal como lo señala Fernando Mejía Barquera, “los negocios de Emilio Azcárraga Vidaurreta se ubicaban dentro del ciclo de circulación del capital de las empresas cuyos productos se encargaba de distribuir (Ford, Víctor, RCA, etcétera).”⁽¹⁰⁾ De manera que Azcárraga “...reunía las características necesarias para impulsar la radio comercial”,⁽¹¹⁾ porque el interés de grupos de poder económico y político extranjeros, por el reciente medio de comunicación fue en aumento, vislumbrando las posibilidades de inversión, explotación e influencia para ampliar su dominio y poder.

El 18 de septiembre de 1930, la emisora XEW inició transmisiones con una planta de 5,000 watts, creciendo de manera importante entre los últimos tres años del gobierno del general Cárdenas y consolidándose en el modelo mercantil más funcional ante las otras estaciones. Hoy en día continúa funcionando.

Es necesario mencionar que la burguesía y el Estado eran los únicos con acceso a la radio; existía una clara ausencia de expresión social y política de otros sectores de la sociedad mexicana a través de los medios de comunicación.

(10) Fernando Mejía Barquera, *Op. Cit.*, p.52.

(11) *Ibidem*, p.53.

Más tarde el Partido Comunista de México (PCM), tomó las instalaciones de la XEW para transmitir un mensaje de 10 minutos aproximadamente, manifestando sus demandas. Sin embargo, no se alteró la estructura de la radiodifusión en México y las emisoras comerciales seguían en aumento. Para 1934 se registraban 52 estaciones comerciales y 5 “oficiales”.

El entonces secretario de Comunicaciones y Obras Públicas, el general Francisco Mújica, manifestó serias críticas a las emisoras radiofónicas argumentando que los anuncios comerciales eran constantes, se corrompía el lenguaje y no se le daba espacio a la educación y cultura necesarias para la población, entre otros aspectos.

Mújica llegó a considerar a la radio como enemigo del Estado, pues consideraba que desorientaba a las clases trabajadoras además de su programación, información y mensajes lejanos de un propósito educativo, por lo que propuso un proyecto a favor de la educación y la cultura, pero tuvo varios obstáculos, en especial que el Estado tenía interés en el desarrollo de la radio otorgando facilidades y procurando el control político. Su propuesta no prosperó, ante la coyuntura electoral del 1939, que supuso un avance de la derecha en el apoyo al poder y desplazó al sector del cardenismo, al que se adscribía el general Mújica.⁽¹²⁾

En 1936 el presidente Cárdenas expide el primer Reglamento de las Estaciones Radioeléctricas Comerciales, Culturales y de Experimentación Científica y de Aficionados.

A medida que la industria de la radiodifusión crecía, los radiodifusores intentaban agruparse en organizaciones, constituyéndose la Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras Comerciales (AMERC), en el año de 1937.

⁽¹²⁾ Veáse Fernando Mejía Barquera, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado Mexicano*.

El 14 de diciembre de 1941, se constituye la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión; posteriormente surgen otras estaciones y se consolidan grupos radiofónicos.

En la búsqueda de regular, reglamentar y fiscalizar a las emisoras se han constituido leyes, convenios, acuerdos y decretos.

En la década de los 50, se registraban 205 estaciones de tipo comercial en el país, dedicándose a la publicidad y a la competencia por el mercado. Los anunciantes descubrieron que la radio se había convertido en el mecanismo más eficaz del momento para vender sus productos y darse a conocer en la capital y en el interior de la república, eligiendo horarios y tarifas. A propósito de esa etapa, Miguel Ángel Granados Chapa, comentaba que la radiodifusión en México, desde “la esencia misma de la operación de la radio es una esencia dependiente. Aquí hacemos la radio que se nos enseñó a hacer en los Estados Unidos y no la radio que hubiéramos podido hacer de seguir modelos europeos.”(13)

En su interés por participar en la radio como emisor, el Estado expide en 1960 la Ley Federal de Radio y Televisión, manifestando su intención por participar de manera reglamentada a través de los canales oficiales después de mantenerse al margen, aunque otorgándoles grandes facilidades a los particulares en el manejo y desarrollo de la radio.

En esta ley se regula por primera vez la temática sobre contenidos y la participación del Estado como emisor, además de contemplarse la función social de los medios en la contribución de la integración nacional. (14)

(13) Miguel Ángel Granados Chapa, Conferencia: “*Comunicación y dependencia*”. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. 1978.

(14) *La Ley Federal de Radio y Televisión, se encuentra en un proceso de reforma en este año 2006, que no se ha definido completamente.*

A partir de 1990 se registran grandes avances tecnológicos para la radiodifusión, que iban desde el equipo técnico hasta la utilización de satélites para las transmisiones y otras actividades.

1.3 FUNCIÓN SOCIAL DE LA RADIO EN MÉXICO

Podríamos decir que la función social en los medios, en este caso la radio, se percibió prácticamente desde su inicio, sin embargo, no se practicó plenamente. Fue hasta el 8 de enero de 1960, con la entrada en vigor de la Ley Federal de Radio y Televisión, que se estipuló legalmente la obligación de los medios a ejercer su función social.

Desde el surgimiento de la radio, se destacó un marcado interés por la difusión del entretenimiento a través de programas musicales, de concursos y hasta radionovelas. Su función social se realizaba de una manera indirecta, ya que al transmitir estos programas se creaba un enlace entre sociedad e individuos, pero no se procuraba una función social productiva y encaminada al desarrollo social ni mucho menos.

Frente a la necesidad de regular a los medios surge la *Ley Federal de Radio y Televisión*, en la cual se establece que las actividades que realizan la radio y la televisión son de interés público y por lo tanto tienen una función social. Entre sus responsabilidades están las de mantener la integración nacional, fortalecer los vínculos familiares, procurar la dignidad humana, la moral social, entre otras más que revisaremos posteriormente.

La ley pone en manos de los medios, en especial los electrónicos, el fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana, la misión de contribuir a elevar el nivel cultural de la sociedad, así como la conservación de nuestra identidad que involucra costumbres y tradiciones. Así mismo, se establece que deberán evitar la distorsión del idioma, favorecer las convicciones democráticas, respetar la moral social y la soberanía nacional.

De modo que los medios deberían orientar a la sociedad a favor de su desarrollo y beneficio, a través de una programación que contemple todos estos aspectos en busca de la consolidación y reforzamiento nacional. La radio tiene la capacidad de transmitir un mismo mensaje a un extenso auditorio a lo largo del país, es así como puede lograr una efectiva función social.

Así como la radio comercial ha establecido pautas de comportamiento como el tipo de música a escuchar, la manera de hablar y hasta los artículos que comprar; puede intentar un proceso de intercomunicación entre emisores y receptores. Dedicar un espacio a la sociedad, tratando de apoyar y solucionar las muchas necesidades y problemáticas sociales como parte de una función social con una comunicación verdadera.

El primer suceso que acercó a los medios a su función social de una manera contundente fueron los sismos del 19 y 20 de septiembre de 1985 en la ciudad de México. Fue entonces cuando el flujo de la información y la concientización de una actitud de servicio entre la sociedad lograron unir a las mayorías a favor de un interés común que era el rescatar sobrevivientes, aportar víveres para los damnificados, apoyo moral y la reconstrucción del desastre. La radio actuó en ese momento como importante instancia organizadora.

A pesar de que las transmisiones de radio y televisión se vieron afectadas después del acontecimiento, lograron ponerse en contacto con la sociedad, en especial la radio debido a la facilidad con la que se puede acceder a ella.

La radio se convirtió en un espacio para las voces ciudadanas, personas que necesitaban saber si sus familiares estaban con vida, utilizar los micrófonos para anunciar medidas de seguridad y tratar de mantener un orden y organización social.

Autoridades que convocaban apoyo, difusión de mensajes, alertas, todo a través de la radio demostrando su utilidad social y su capacidad para estructurar un foro participativo entre emisores y receptores. “La radio capitalina, cuando ocurrió el terremoto en la ciudad de México en 1985 se comportó a la altura de las circunstancias, como vehículo de comunicación interpersonal, como medio de urgencia, como instrumento de denuncia y descubrimos que, de ahí para adelante, una buena parte de la radio se transformó.”⁽¹⁵⁾

Después de estos sucesos se intentó otorgar más importancia a la participación ciudadana, a la emisión de opiniones e ideas. Estaciones encargadas de transmitir un mensaje que elevara en nivel cultural de la sociedad tal es el caso de Radio Educación (1924) y Radio Universidad (1937), intentaban ocupar un lugar más importante socialmente hablando.

Otro evento que marcó cambios en la programación de la radio fueron las elecciones presidenciales de 1988, ya que la radio fue un espacio para la expresión de ideas y opiniones, se mostraba como un canal que permitía la expresión ampliando el panorama sociopolítico, situación que no tenía antecedente.

Sin embargo, esta temprana apertura a la participación ciudadana y a la expresión política se vio envuelta por factores comerciales, al ser utilizada como una estrategia para crear espacios en donde los ciudadanos pudieran expresarse, ya fuera para emitir opiniones o demandar soluciones a problemáticas comunes, desvirtuando así el origen de estos avances.

(15) Cristina Romo, “La radio vigente en el umbral del siglo XXI”, Ensayo publicado en la revista *El Universo de la Radio*. Vol.1, Núm.1, 1996, p.30

Con el paso del tiempo la función social en los medios masivos de comunicación, ha disminuido y en la mayoría de los casos se ha mezclado con intereses económicos o políticos, y se ha disfrazado de un aparente servicio público; no hay espacios para que los ciudadanos puedan emitir opiniones, cuestionamientos y llamados en busca de un bien común; “los medios públicos de comunicación tiene ante, todo, la responsabilidad social... su compromiso es con la promoción de las libertades, la justicia y la vida colectiva.”(16)

Existen agrupaciones, asociaciones civiles, fundaciones que por medio de campañas publicitarias, es decir, “spots” dan a conocer un mensaje que concientice a la población sobre temas como salud, educación, cultura, convivencia, denuncia, pero en los medios masivos de comunicación persiste la ausencia de un espacio dedicado a los ciudadanos, sus necesidades, sus derechos y su desarrollo social.

La radio se ha consolidado como medio masivo de gran importancia dentro de la sociedad moderna, con características como inmediatez, rapidez, disponibilidad para un gran auditorio, amplia difusión de mensajes, cobertura nacional, con capacidad para informar, educar, entretener y ajustarse a la realidad presente.

La función social en la radio debe garantizar un espacio abierto a la sociedad, en donde los ciudadanos puedan participar en este proceso de comunicación con las radiodifusoras, el Estado y la misma sociedad.

(16) Otto Granados Roldán, *et. al.*, *Medios públicos y democracia*, México, Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía. 1° edición. 1992, p.125.

1.4 RADIO COMERCIAL, ESTATAL Y CULTURAL

A continuación se exponen las principales modalidades de la radio en México, con el fin de ofrecer un panorama sobre su utilización en nuestra sociedad.

La radio comercial

La radio comercial se ha constituido como uno de los negocios más rentables, tanto en México como en el mundo por sus características técnicas, su alcance, su inmediatez, su cercanía con el auditorio y como elemento complementario de la vida cotidiana urbana y también rural.

En el año de 1921 aparece la radio en México con un relativo desarrollo del medio, en este mismo año en la presidencia de Álvaro Obregón, se creó la primera reglamentación radiofónica que planteaba disposiciones técnicas y requisitos para la solicitud de concesiones.

En los primeros años de la década de los veinte, el gobierno de Obregón rechazó otorgar concesiones a extranjeros y evitar el monopolio extranjero como se había dado con los teléfonos y en el sistema telegráfico, en esta etapa no se dio un crecimiento en la actividad radiofónica.

En el gobierno de Calles se procuró el crecimiento de la radio como industria; también se dio una alianza entre el capital extranjero y nacional, permitiendo así la intervención de intereses y modelos externos. En 1926 se aprobó la Ley de Comunicaciones Eléctricas, que planteaba aspectos técnicos y administrativos, pero no regulación de contenidos ni funcionamiento.

Como ya hemos visto anteriormente, en los antecedentes de la radio, sobresale una estación que marcó la pauta en el desarrollo de la radio comercial en México. Se trata de la XEW, “La voz de la América Latina”, fundada por Emilio Azcárraga Vidaurreta en 1930, quien seguía los lineamientos y técnicas de la radio comercial estadounidense al estar vinculado con la cadena *National Broadcasting Corporation* (NBC) por medio de la corporación RCA-Victor.

En esta década la expansión radial tuvo un mayor desarrollo y el Estado no estableció regulación alguna en contra de este proceso; incluso se permitió la financiación de la conformación de las cadenas radiofónicas con capitales norteamericanos cuando las concesiones son solo para mexicanos.

Uno de los factores que sin duda tuvo gran peso en el surgimiento de esta radio comercial se encontraba en la Constitución de 1917 con la garantía de la propiedad privada, que aumentaba la posibilidad de inversión en el medio, además de la instalación de emisoras y las facilidades a particulares.

En 1931 surge otra ley que regula entre otras cosas, anuncios publicitarios y que favorece de manera importante la comercialización de la publicidad en radio.

La principal actividad de la radio comercial era antes y ahora, la venta de publicidad, es decir, espacios para anunciar productos diversos de empresas tanto nacionales como extranjeras; la cadena de estaciones impulsadas por Azcárraga pronto se extendió en el país. De acuerdo con Fernando Mejía Barquera, “al terminar el año de 1934 el país contaba ya con 52 estaciones comerciales y 5 estaciones oficiales.”⁽¹⁷⁾ De aquí en adelante la industria de la radio tendría un desarrollo más importante durante la década de los 40 y una creciente relación con los grupos de poder político y económico.

En el gobierno de Lázaro Cárdenas la radio se utilizó básicamente para sus fines políticos; otorgó 51 concesiones, favoreciendo a la radio comercial, e impulsó la creación de la Cámara Nacional de la Radio y la Televisión.

(17) Fernando Mejía Barquera, *Op. Cit.*, p.59.

En el resto del país también existían estaciones pequeñas que competían por anunciantes y un auditorio mayor, pero frente al creciente avance de las estaciones más fuertes y centralizadas optaban por asociarse y formar importantes grupos radiofónicos en donde el poder político y económico aumentaba. Algunas de las cadenas radiofónicas más importantes en el desarrollo de la radio comercial fueron: *Radio Programas de México*, *Radiodifusoras Asociadas S.A.*, *Radiodifusoras Unidas Mexicanas S.A.* y *Cadena Radio Mil*,⁽¹⁸⁾ entre otras que tuvieron un papel fundamental en el desarrollo y fortalecimiento de la radio comercial en México y que más tarde sus propietarios dirigirían lo que en su inicio fue "... la Asociación Mexicana de Estaciones Difusoras, y más tarde, en 1941, ... la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión, que con el advenimiento de la televisión se transformaría en la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), nombre que conserva hasta la actualidad."⁽¹⁹⁾ Para el año de 1945, la mayoría de las estaciones estaban unidas con las redes estadounidenses CBS y NBC.

En 1960 con la Ley Federal de Radio y Televisión, se aumentó la participación del Estado en la radio de forma muy relativa. No obstante, a lo largo de su vigencia se siguieron dando irregularidades como fue el caso de la alianza de Grupo Televisa a PRISA en el año 2001, empresa española, la venta de Núcleo Radio Mil a Multivisión y la inversión de empresas extranjeras en la radiodifusión mexicana.

Los medios comerciales en nuestro país siempre han contado con ciertos privilegios producto de un acuerdo político. Un ejemplo de ello es la reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión, de acuerdo al cual el Estado no podrá disponer del 12.5% del tiempo total de transmisión, esto en el actual sexenio del presidente Fox, como parte de una supuesta reforma general de los medios de comunicación electrónicos.⁽²⁰⁾

(18) Jorge Mejía Prieto, *Historia de la radio y la televisión en México*, México, Editores Asociados, 1972, p.23.

(19) Alma Rosa Alva de la Selva, *Radio e Ideología*, México, El caballito, 1991, p. 55.

(20) Edición vespertina. *Diario Oficial de la Federación*. 10 octubre del 2002, México D.F.

El modelo comercial en la radio mexicana ha fijado los lineamientos de su desarrollo y estructura. Los empresarios de la radio, con su capacidad financiera y su influencia en las administraciones gubernamentales, logran que el marco legal de la industria de la comunicación se ajuste a favor de sus intereses, pero también el Estado ha intervenido en el desarrollo de la radio en nuestro país, donde la participación de la sociedad civil ha sido mínima.

La radio estatal

Desde los inicios de la radiodifusión en México, la participación del Estado ha sido escasa, sus intentos por impulsar esta industria y hacerla crecer no fueron muy productivos.

Una vez concentrado en las manos de los empresarios el poder de la radio, la presión en contra del Estado se ha mantenido constante, su crecimiento e influencia en la comunicación del país se ha tratado de regular a través de leyes, acuerdos y decretos, pero los empresarios rechazan todo aquello que atente a sus intereses. El Estado no tiene gran peso en el manejo jurídico frente a los concesionarios, e incluso históricamente los ha apoyado.

A partir de 1920 se establecieron algunas estaciones de la Secretaría de Asuntos Exteriores, la Confederación Regional Obrera Mexicana (CROM), la Secretaría de Guerra y Marina, la Secretaría de Industria, Comercio y Trabajo, pero fueron estaciones de vida corta y baja potencia.

Plutarco Elías Calles, como candidato presidencial, utilizó la radio a favor de su campaña electoral (1924). El presidente Pascual Ortiz inauguró la XEFO y más tarde se utilizaría para impulsar proyectos políticos como es el caso del presidente Cárdenas ya que, “en el sexenio cardenista la radiodifusión se caracteriza, en primer lugar, por su utilización en gran escala por parte del

gobierno para controlar, organizar y guiar la acción de las masas y enmarcar sus luchas y su fuerza política dentro del proyecto estatal.”⁽²¹⁾

En este periodo el uso de la radio por parte del Estado fue importante. También se consolidó la cadena de radio nacional en donde se agruparon la XEFO y la XEUZ, estaciones oficiales del Partido de la Revolución Mexicana

La diferencia en el desarrollo de la radio estatal y la radio comercial es inevitable; en el año de 1940 existían cerca de 113 estaciones comerciales y sólo 5 estaciones al servicio del Estado.

La radio cultural

Una de las radiodifusoras no comerciales más representativas de este sector es “Radio Educación”, estación del Estado que inició el 30 de noviembre de 1924, transmitiendo la toma de posesión del presidente Plutarco Elías Calles. La estación, que surgía de la Secretaría de Educación Pública con las siglas CZE, después de algunos recesos en su transmisión regresó al aire ahora con las siglas XEEP. Desde 1968 se mantiene en amplitud modulada y sobresale como una estación distinta a las comerciales, tratando temas culturales, musicales, de opinión, entre otros.

Otra radio cultural, y además universitaria es “Radio UNAM”, que inició transmisiones en 1937 con las siglas XEXX. En 1939 cambió sus siglas a XEUN, con una programación que incluía música, literatura, drama, educación, arte y ciencia. Es la estación universitaria más antigua del país, ha sido modelo para otras estaciones y gran parte de sus producciones se utilizan en otras estaciones culturales.

Las dos estaciones mencionadas se han mantenido durante muchos años en el análisis y reflexión política, económica y social de nuestro país. También han sido los únicos modelos que impulsan los niveles culturales de la sociedad, es

(21) Fernando Mejía Barquera, *Op. Cit.* p.63.

por eso que son de gran importancia, a pesar del bajo presupuesto y la falta de equipo técnico.

Es importante hacer mención que “en el sexenio presidencial de Miguel de la Madrid la radiodifusión a cargo del Estado ha recibido el mayor impulso de que se tiene noticia en la historia de la radio mexicana. El establecimiento de sistemas estatales de comunicación social y la creación del Instituto Mexicano de la Radio (IMER) ha sido la novedad del periodo.”⁽²²⁾

El IMER es un organismo público descentralizado que tiene como objetivos la búsqueda de la integración nacional y la descentralización de la cultura. A través del IMER el Estado opera estaciones, algunas de ellas en el Distrito Federal y otras en el interior de la república.

Algunas de éstas últimas son utilizadas para el beneficio de grupos políticos. Más adelante le dedicaremos un análisis más profundo a la intervención del IMER en la radio mexicana.

Con programas culturales y educativos, la radio estatal sigue siendo superada por la radio comercial, que no tiene ninguna presión para procurar incluir este tipo de programas en sus contenidos, y el Estado continúa perdiendo terreno en el sector radiofónico, así como espacios para la participación en los medios electrónicos.

Por otra parte, “el financiamiento de los sistemas estatales se hace principalmente a través de los recursos presupuestales que aportan a los gobiernos locales, pero la crisis económica y las reformas a la economía mexicana provocaron una disminución considerable de la aportación gubernamental.”⁽²³⁾ Falta añadir los pésimos manejos administrativos a los recursos asignados.

⁽²²⁾ Cristina Romo Gil, *La Otra Radio, voces débiles, voces de esperanza*, México, Fundación Manuel Buendía A.C. e Instituto Mexicano de la Radio, 1° edición. 1990, p.55.

⁽²³⁾ Otto Granados Roldán, *Op. Cit.* p.14.

Frente a tales circunstancias procuran ser más atractivos en sus programas y propuestas, pero intentando lograr una comunicación efectiva con el auditorio. En la búsqueda de esta comunicación auténtica se presentan gastos que se intentan solventar con patrocinios publicitarios, ya que no muchos anunciantes se preocupan por apoyar una comunicación menos comercial, participativa y necesaria.

La llamada radio pública tiene que enfrentarse a los intereses del mercado para continuar operando y competir; tiene que cubrir todos los gastos con respecto a equipo y material necesarios, tal como lo hacen los medios privados.

Por motivos como éstos los medios públicos buscan obtener patrocinios deducibles de impuestos y otras modalidades que den posibilidad en la obtención de recursos, y no depender totalmente del presupuesto gubernamental.

1.5 RADIO COMUNITARIA

Contribuir al desarrollo de una actitud de participación en la vida ciudadana y en los medios de comunicación, puede ser posible a través de una emisora que piense en los ciudadanos y mantenga espacios abiertos a los mismos.

Hablar de radios comunitarias involucra varios elementos, que van desde nombres, prácticas, perfiles, pequeñas localidades hasta un país entero. Algunas estaciones forman parte de organizaciones sin fines de lucro, otras pertenecen a estudiantes, universidades, municipalidades, iglesias o sindicatos. Son financiadas por donaciones de la audiencia, organismos de desarrollo internacional, publicidad o por parte de los gobiernos.

Como parte de una serie de características planteadas por José Ignacio López Vigil, quien fuera presidente de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), en el intento por definir a las radios comunitarias señala, que “una radio que promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus

intereses; responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primer propuesta; informa verazmente; ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura; ni siquiera la musical impuesta por las disqueras; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, ésta es una radio comunitaria.”(24) Por medio de las anteriores características, podemos definir la esencia de una radio comunitaria. Tal definición de la radio comunitaria resulta útil para este trabajo debido su pertinencia con el tema desarrollado por lo que se retoma más adelante.

Las radios comunitarias se han convertido en una herramienta en el desarrollo de las comunidades. Un difusor de cultura en donde los oyentes pueden identificarse y comunicarse entre ellos como un derecho de todas las personas. La radio comunitaria y ciudadana “incorpora nuevos lenguajes, nuevos formatos, otros sonidos, músicas, voces. Son otras formas de hablar, nuevos tratos con los oyentes, formas de preguntar y de responder, formas de demandar, de peticionar a las autoridades.”(25)

Una de las propuestas más importantes para el proceso de democratización en los medios de comunicación han sido las radios comunitarias, como señala Alma Rosa Alva de la Selva, “el antecedente inmediato a las experiencias de *radio comunitaria* hay que buscarlo en la escuela radiofónica, al menos en América Latina”; ...*en los primeros años de la década de los cincuenta, en Colombia, impulsada por el P. José Joaquín Salcedo, quien esperaba que las radios comunitarias ofrecieran educación básica a los grupos de campesinos.*(26) De acuerdo con Jorge Villalobos, este modelo nació en Colombia en Radio Sutatenza, extendiéndose a varios países de Latinoamérica durante la década de los cincuenta.

(24) José Ignacio López Vigil, *Manual para Radialistas Apasionados*, Ecuador, AMARC, 1997, p.550

(25) Claudia Villamayor y Ernesto Lamas, *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*, AMARC. 1998.

(26) Ma. Antonieta Rebeil Corella, *et. al.*, *Perfiles del Cuadrante. Experiencias de la Radio*, México, Trillas, 1° edición. 1997, p.98.

Se estima que en América Latina existen cientos de radios comunitarias, educativas, populares o ciudadanas, que se identifican por objetivos políticos de transformación social, la búsqueda de un sistema justo, respeto a los derechos humanos, acceso y participación de las mayorías en el poder.

1.5.1 LA RADIO COMUNITARIA EN EUROPA

A continuación presentamos un breve contexto sobre el desarrollo de las radios comunitarias en Europa. De algún modo puede decirse que tal modalidad puede ser equivalente a la experiencia de las radios libres en Europa en los años setenta. De acuerdo a Lluís Bassets,⁽²⁷⁾ el inicio de estas radios se da en Italia en la segunda mitad de los setenta.

Podríamos reconocer a las radios comunitarias, como una propuesta para la democratización de los medios de comunicación, en donde la libertad de expresión sea una garantía válida y respetada, así como el opinar y dar paso a la participación de la sociedad civil.

Muchas veces conformadas por grupos sociales que buscan transmitir ideas, mensajes, opiniones, informar, estas radios no sólo han tratado de existir en nuestro país, también hay casos en otras partes del mundo.

En el año de 1920, con la iniciativa de obreros alemanes, surge una radio con fines sociales, el Radio-Club Obrero, como un medio para la lucha liberadora proletaria. En Austria, aparecen emisoras sindicales en el año de 1925; también con estaciones, la Unión de Radios Obreras de los Países Bajos, y en E.U., la Asociación de Trabajadores de América con una estación en Chicago.

Más tarde surgió Radio España Independiente, como una iniciativa del Partido Comunista de España. Una de las primeras estaciones de radio libres que fungía como un centro de resistencia, informaba sobre los sucesos sociales de aquel país y apoyaba la lucha contra el fascismo.

(27) Véase Lluís Bassets, *De las ondas rojas a las radios libres*.

Alcanzó a transmitir 20 años con gran influencia en diferentes sectores de la sociedad, permitiendo la participación ciudadana y la generación de opiniones. Desapareció en 1977, pero en gran medida cumplió sus objetivos.

Para la sociedad europea, las radios libres representaban un contrapoder, una oportunidad por expresar libertad. Precisamente en Italia, las experiencias radiofónicas aumentaron y en el año de 1974 aparece Radio Bologna, a cargo de una cooperativa de trabajadores y estudiantes; un año más tarde surge Radio Parma, Radio Milano Internacional y Radio Emmanuel de Ancona, que junto con otras estaciones fueron de gran relevancia económica y política para la sociedad.

Otro ejemplo fue Radio Alice, estación que fue censurada por el gobierno en 1977, ya que significó un instrumento de conciencia local y regional con una relación directa con los oyentes. Le siguió Radio Popolare, con una red de corresponsales voluntarios de diferentes sectores sociales como escuelas, fábricas, entre otras.

El modelo radiofónico ha logrado persistir y apoyar posturas ecologistas, obreras, homosexuales como en Francia, y han conseguido imponerse al monopolio de la información procurando las condiciones para comunicar una idea libremente y sin censura, porque “cada grupo tiene una fuente de influencia artística e industrial que emanan generalmente del centro comercial y cultural más activo del sector”;(28) precisamente la pluralidad social que debe organizarse e interactuar en la radio.

En Francia existieron ejemplos como, Radio Vert Fessenheim (RVF), promovida por ecologistas antinucleares en 1977. También aparece, en ese mismo año, Radio Libre, y la Asociación para la Liberación de las Ondas (ALO), en la defensa política y jurídica de las radios libres.

(28) Lluís Bassets, *Op. Cit.*, p.133.

En Inglaterra se constituyó el grupo de Comunicaciones Comunitarias (COMCOM), que formó parte de la Asociación de Radios Comunitarias (CRA). En 1987, surgió Radio Cardiff, como una radio comunitaria con una concesión por parte del gobierno.

El desarrollo de las radios libres en Europa, influyó en las radios monopolizadas por el Estado porque planteó problemas sociales, políticos y jurídicos. Muchas de estas estaciones fueron comercializadas o institucionalizadas, pero fomentaron cambios en la producción radiofónica, en contenidos y temáticas.

1.5.2 LA RADIO COMUNITARIA EN AMÉRICA LATINA

En América Latina, el uso de la radio apoyó a grupos minoritarios y desprotegidos, contribuyendo a la resolución de problemas sociales, políticos en diferentes países.

Encontramos ejemplos muy representativos; en Bolivia con la Central Obrera Boliviana (COB), que para 1963 ya contaba con 23 estaciones instaladas en varios distritos. Se trata de estaciones controladas por los mineros que luchan por no ser explotados y mantenerse informados, dando voz a campesinos, estudiantes y a la población.

López Vigil⁽²⁹⁾ presenta diferentes categorías sobre radio comunitaria en América Latina. La primera de ellas trata sobre las, *Católicas Progresistas*, que se ocupan de temas religiosos, educación y de liberación. También revisa la trayectoria de las *Radios Libres*, que tratan temas variados como democratización, sociedad civil, defensa de los derechos y participación de los oyentes entre otras.

(29) Véase José Ignacio López Vigil. En *Revista Mexicana de Comunicación*.

Continúa el listado con *Rádios obreras*, enfocadas en luchas campesinas, vinculadas a sindicatos y organizaciones sociales. Las que se encargan de luchas sociales, servicios públicos, necesidades básicas, son las *Rádios Urbanas y Populares*. Las *Rádios Indígenas* defienden los derechos de los pueblos indígenas, así como el rescate de las culturas y la integración indígena.

Las *Rádios Educativas*, buscan la alfabetización y educación básica. El apoyo a movimientos sociales armados, intercomunicación, información y estrategias de lucha, es por parte de las *Rádios Rebeldes*. Otras son las *Radio Oficiales*, mismas que pueden ser consideradas comunitarias por su desempeño a favor de los derechos humanos, representantes de la diversidad en materia de radiodifusoras, resolución de demandas y problemáticas de tipo económico, político y social.⁽³⁰⁾

1.5.3 LA RADIO COMUNITARIA EN MÉXICO

Este modelo radiofónico no ha logrado consolidarse como una práctica común, al contrario son un intento, un proyecto en el que exista la participación en la comunicación y se logre una interacción más profunda entre comunidad y radio.

En nuestro país encontramos radios comerciales, oficiales, culturales, comunitarias o indigenistas. Desde otro punto de vista, éstas últimas pueden ser las más viables para estructurar las bases de un proceso de democratización en los medios masivos de comunicación.

El término de “radio ciudadana” comenzó a generarse en los años 90, y lo anteceden conceptos como el de “radio popular”. Tal como lo señala Aleida Calleja, Representante de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, la radio ciudadana “se define así en la medida que su misión se relaciona directamente con el ejercicio de los derechos ciudadanos...”

(30) Peter Gellert, “Radio Comunitaria: Medio clave en la comunicación Latinoamericana”, en *Revista Mexicana de Comunicación*. año 5, no. 26, nov-dic-92, p.15-17

las radios comunitarias y ciudadanas son espacios de recomposición del tejido social, son lugares de representación de diferentes identidades culturales y de construcción de la democracia... este tipo de radio habla de tomar posición política, pues ejercer ciudadanía es dejar de ser neutrales.”(31)

Son espacios en donde se expresa la libertad de expresión, estaciones más abiertas y participativas, que por el hecho de no contar con una clasificación legal se encuentran fuera de la ley. Sin embargo, la problemática está más dirigida a las autoridades que no las contemplan en un marco jurídico que garantice su existencia y funcionamiento dentro de una misma sociedad para la cual son de utilidad, contribuyendo a su desarrollo a partir de un grupo de ciudadanos integrantes de una comunidad.

Mucho se ha dicho sobre la calidad de los programas de estas estaciones en comparación con las estaciones privadas, así como de la potencia con la que transmiten, pero el valor de estas estaciones no radica en su empleo o en su nivel de modernidad sino en el contenido de sus programas, en el fin que se persigue. Como lo hace notar Cristina Romo, “en las indigenistas, las populares y algunas estatales, existe la inquietud por ser medios participativos. Esto se logra en las emisoras que tienen claro quién y cómo es su auditorio y han establecido otras formas de comunicación además de la radiofónica.”(32)

A pesar de no estar contemplada explícitamente en la *Ley Federal de Radio y Televisión*, la radio comunitaria se encuentra bajo un continuo control por parte del Estado, para supuestamente, evitar cualquier tipo de transmisión subversiva.

El control en el que se encuentran este tipo de radios las aleja de la ciudadanía, que da sentido a su existencia. La estructura oligopólica de la industria radiofónica, detiene el desarrollo social, cultural y la función de servicio público propia de los medios de comunicación masiva, amenazando la

(31) Aleida Calleja Gutiérrez, *Comunitaria y Ciudadana*, Quito, AMARC, 1998.

(32) Cristina Romo Gil, *Op. Cit.*, p.23

existencia de las radios comunitarias, que intentan rescatar la labor que la radio comercial ha dejado de lado a lo largo de los años y dar la importancia necesaria a la participación ciudadana, como el elemento enriquecedor del que hacer en radio, fortaleciendo la democracia, la libertad de expresión y una comunicación más clara, cercana y efectiva sin tener como prioridad intereses lucrativos.

Por otra parte, las radios concesionadas estructuran su programación y permanencia a partir de la publicidad que puedan transmitir, en otras palabras tienen una prioridad mercantil contraria a las radios comunitarias, que además se enfrentan a las muchas dificultades legales, administrativas y económicas. Lo antes mencionado es una de las características que separan a unas radios de otras, así como sus fines.

La radio comunitaria en México, es una radio que trata de dirigirse tanto al ámbito rural como el urbano, promoviendo y apoyando las acciones para el desarrollo social.

Estaciones que ejercen el derecho a comunicarse para mejorar las condiciones de vida y participar en la sociedad civil con opinión pública sin alejarse de su identidad popular y buscando la manera de ser auto sustentables.

La radio comunitaria tiene como base precisamente a la comunidad en la que surge, procurando conocer las opiniones, las necesidades de su auditorio, tratando de establecer un lazo entre radio y comunidad.

La más inmediata diferencia entre la radio comunitaria y la radio comercial radica en que la primera busca cubrir necesidades sociales, mientras que la segunda tiene como meta primordial la de vender.

Poblaciones indígenas y campesinas constituyen la audiencia de estaciones como: La Voz de la Sierra en Guelatao, Oaxaca; La Voz de la Frontera Sur en Margaritas, Chiapas; La Voz de la Montaña en Tlapa, Guerrero; Radio Teocelo y Radio Huayacocotla en Veracruz y otras más que están registradas en el

Instituto Nacional Indigenista (INI) ahora, la Comisión para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, tratando de alcanzar un contacto más cercano con la población, ejercer un servicio social, ser útiles y subsistir como lo han hecho desde hace más de 30 años.

Un organismo que pugna por incorporación a los marcos jurídicos y legales de las radios comunitarias desde hace más de 15 años, es la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), misma que agrupa a las radios comunitarias a nivel mundial. En la ciudad de México se cuenta con el Centro Promotor de Radio Ciudadana (CEPRAC), y que tiene como objetivo el coadyuvar a la capacitación de todos aquellos interesados en hacer radio.

La Comisión para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas es el organismo, que ha planteado que la participación ciudadana en la radio debería de ser continua y sistemática, pero estas acciones no se han traducido en un marco legal que contemple las diferentes voces. El funcionamiento central de la radio siempre es decisión de los intereses de los concesionarios y autoridades.

En el Distrito Federal se han registrado casos como “Radio Coyote”, “Radio Pirata”, “Radio Interferencia” en San Juanico, Estado de México; “Radio Vampiro”, “Televerdad” y “Sublevarte”, básicamente en la década de los noventa, muchas de ellas no existen actualmente.

Otros casos más exitosos son Radio Faro en Iztapalapa, La Voladora en Amecameca, Estado de México; Radio Neza en Ciudad Nezahualcóyotl y el ejemplo más reciente corresponde a La Ké Huelga, que tuvo su origen durante la huelga ocurrida en la UNAM a finales del año 1999 y principios del 2000, y que podía escucharse en el área de ciudad universitaria en el 102.1 de FM.

Es una realidad que mientras en otros países las radios libres ya son parte de la vida social cotidiana, en México se continúa sin las condiciones para que la sociedad pueda tener un acceso amplio a los medios de comunicación.

De acuerdo con Luis Bassets, “las radios de carácter cultural, que forman una minoría y que no operan en todos los países de América Latina, sino en algunos de ellos, son administrados generalmente por las universidades y su programación está compuesta por conciertos, charlas, conferencias y programas de divulgación cultural sin avisos comerciales.”⁽³³⁾

Las radios comunitarias surgen dentro de una localidad, tomando el espacio aéreo y son integradas por la población para tratar de resolver problemas y necesidades. La mayoría no cuenta con un subsidio que les permita desarrollarse, pero operan dentro de un relativo derecho de libertad de expresión y con participación ciudadana.

La democratización de los medios electrónicos, la apertura de medios de comunicación a la sociedad civil, son parte de las condiciones necesarias para que exista un pleno ejercicio de la libertad de expresión e información, así como el acceso de la sociedad a los mismos.

Las radios comunitarias no son contempladas en las leyes de nuestro país, encontrándose bajo represión y marginación, por lo tanto la participación social es escasa o nula. La participación ciudadana es el elemento común de estas radios en tantas localidades, estados y comunidades, también es el indicador de un proceso de democratización en los medios electrónicos que favorece a la libertad de expresión social.

⁽³³⁾ Lluís Bassets, *Op. Cit.*, p.135.

Frente a los grandes oligopolios en los medios de comunicación y las desventajas legales de estas radios, su importancia en la difusión de costumbres, tradiciones, noticias, música, cultura, entretenimiento tanto para comunidades indígenas o campesinas como para ciudades como el Distrito Federal, se perdería. Sin olvidar que “los medios de comunicación públicos tienen ante todo, el deber de propiciar, desarrollar, y estimular una cultura política democrática, que renuncie a toda conducta autoritaria y excluyente.”⁽³⁴⁾ Es necesario que la sociedad cuente con canales de expresión que preserven y defiendan sus libertades.

Garantizar la existencia de espacios públicos para que los grupos ciudadanos tengan la oportunidad de expresar sus opiniones, problemáticas y propuestas, es un rubro pendiente para el Estado mexicano.

Un deber del Estado es el procurar las condiciones para que la sociedad se encuentre en posición de ejercer el derecho a la expresión y a informarse en una estructura de comunicación plural, que “sin medios de comunicación públicos, usados imaginativa y creativamente, no será posible hablar de una esfera de lo público, democrática y participativa.”⁽³⁵⁾

La existencia de una radio con estas características puede fortalecer los canales democráticos y representar una puerta abierta a la participación en los medios.

Como parte del análisis sobre participación y medios, este trabajo se centrará en la “Radio de los Ciudadanos” en el 660 de amplitud modulada, un modelo entre las emisoras que puede contribuir a la formación de un sistema de expresión plural frente a la gobernabilidad y el desarrollo democrático, como un espacio radiofónico de participación ciudadana. A tal problemática se dedican las líneas siguientes.

(34) Otto Granados Roldán, *Op. Cit.*, p.116.

(35) *Ibidem.* p.124.

CAPÍTULO 2

LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y LA RADIO

A continuación se presenta un breve recuento sobre el desarrollo de la participación ciudadana en México y su relación con la radio.

LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN MÉXICO

2.1 Antecedentes

La participación es un proceso complejo en donde los ciudadanos deben comprometerse para lograr objetivos comunes de la población. Podemos entender que la participación ciudadana relaciona directamente a los integrantes de una comunidad y a los actores públicos o gobierno, en la búsqueda de una resolución de necesidades y demandas individuales o comunes.⁽³⁶⁾

Julia Chávez Carapia señala que “la participación social es un proceso de involucramiento de los individuos en el compromiso, la cooperación, la responsabilidad y la toma de decisiones para el logro de objetivos comunes. Es un proceso dinámico, complejo y articulado que requiere una conciencia colectiva para interrelacionar con la particularidad de los sujetos.”⁽³⁷⁾

Desde esta perspectiva podemos entender que la participación ciudadana es la intervención de los ciudadanos en acciones de importancia pública, apoyándose en los diversos mecanismos a su alcance, es decir, formas adecuadas de manifestación y cooperación en la articulación del Estado con la participación social. En caso de no contar con los mecanismos adecuados es necesario exigirlos al Estado, así como su eficiencia. La participación social favorece el desarrollo democrático, la gobernabilidad y la estabilidad social, motivo por el cual podemos considerarla como un eje central en la mediación del desarrollo social.

(36) Julia Chávez Carapia, *et. al.*, *La participación social en la ciudad de México*, México, UNAM, Plaza y Valdés, 2001, p.126

(37) *Ibidem.* p.25

De acuerdo con Nuria Cunill, el término participación equivale a *tomando parte*. Los ciudadanos toman parte en alguna actividad pública. (38)

Desde otra perspectiva, Mauricio Merino señala, que “el término participación está ligado a una circunstancia específica y a un conjunto de voluntades humanas: el medio político, social y económico, y los rasgos singulares de los seres humanos que deciden formar parte de una organización, constituyen los motores de la participación: el ambiente y el individuo que forman los anclajes de la vida social”.(39) Así, la participación ciudadana se refiere a una respuesta de tipo individual o colectiva. En nuestro país, la participación se ha enfrentado a múltiples situaciones propias de una sociedad compleja tales como situaciones geográficas, desigualdades económicas, culturales, raciales, entre otras. Desde los primeros momentos de vida independiente del país, su proceso democrático ha sido lento y complicado. Las formas corporativistas han desvirtuado el sentido de la participación social en el proceso democrático que dentro de una atmósfera de clientelismo la reducen a formas de control sociopolítico.

En el plano político, en México desde al siglo XIX se ha intentado emplear mecanismos que procuren una participación más activa del ciudadano en la vida pública, aparte de la elección de representantes políticos (algunos de estos instrumentos son el referéndum, el plebiscito, la iniciativa popular, entre otros).

Un ejemplo de tales mecanismos se presentó con un referéndum durante la gestión de Benito Juárez, en agosto de 1867. Juárez hizo un llamado al pueblo para la creación y modificación de leyes contenidas en la Constitución de 1857.(40) Estas acciones tienen como antecedente los enfrentamientos entre

(38) Nuria Cunill, *La Participación Ciudadana*. Caracas, Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo, 1991, p.69

(39) Mauricio Merino Huerta, “La participación democrática en la democracia” en *Cuadernos de Divulgación Democrática*, México, IFE, 2001, p.10-15

(40) Pedro Olvera Luna, “El referéndum en el marco constitucional mexicano”: *El Significado Político Electoral para los Habitantes del Distrito Federal*, Delegación Venustiano Carranza, México, 1978. p. 26-28

liberales, los conservadores y las invasiones al país; Juárez buscaba legitimar la participación del pueblo ante la crisis nacional de aquel entonces.

Sin embargo, estos mecanismos democráticos no serían reconocidos como instrumentos legales de participación e incluidos en la Constitución de los Estados Unidos Mexicanos hasta el año de 1977.

En la Revolución Mexicana de 1910, surgieron organizaciones de tipo corporativista (sindicatos, ejército, sector campesino) al igual que el gobierno en turno se estructuraba como presidencialista (el presidente contaba con facultades especiales sobre los poderes legislativo y judicial). Las organizaciones sociales y la participación adquirieron características de tipo clientelar,⁽⁴¹⁾ es decir, tendencias a favorecer a determinadas personas, organizaciones, partidos políticos, etc., con el objetivo de lograr su apoyo como forma de control sociopolítico y de presión social.

Desde el año de 1900, las formas corporativistas no se han alejado de la participación y la organización institucionalizada, convirtiendo a dicha participación en una especie de enlace entre el Estado y la sociedad, con el objetivo de mantener a las estructuras corporativistas, y no como un eje esencial en el proceso democrático nacional, reduciéndola a una forma de control.

Ante esta dinámica, como señala Julia Chávez "...también surgieron formas de participación y organización independientes, las cuales encontraron otras formas de expresión; por ejemplo, los movimientos estudiantiles y sindicales desarrollados desde finales de los años sesenta en la ciudad de México."⁽⁴²⁾ En las páginas siguientes se realiza un breve recuento de los sucesos históricos más trascendentes que ha seguido el proceso de la participación ciudadana en nuestro país.

(41) Julia Chávez Carapia, *Op. Cit.*, p.24

(42) *Ibidem.*, p.22

El 31 de julio de 1972 se dio a conocer el Reglamento de Integración de las Juntas de Vecinos, durante el gobierno del presidente Luís Echeverría Álvarez, como órganos de colaboración auxiliares del Jefe del Departamento del Distrito Federal, quien a partir de sus “observaciones y experiencias con respecto a la participación ciudadana en su delegación y por los medios adecuados para apreciar el sentir de los habitantes, seleccionaría entre éstos a quienes podrán integrar la Junta de Vecinos de la Delegación”.(43) Algunas de las actividades de estos órganos eran proponer mejoras en la prestación de servicios públicos y privados, plantear problemas, así como manifestar soluciones. Las Juntas de Vecinos fueron el inicio de los espacios oficiales de participación ciudadana, pero no hay que olvidar que no se trata de un privilegio, sino de un derecho social que comenzaba a ser considerado por las autoridades.

En abril de 1975, se publicó en el *Diario Oficial de la Federación*, el Reglamento Interno del Consejo Consultivo del Distrito Federal, estructurado por los presidentes de las Juntas de Vecinos, planteando las actividades de consulta y opinión de la colaboración vecinal.(44)

En el año de 1977, a través de la Secretaría de Gobernación, se comenzaron a plantear las condiciones para una reforma política con los llamados partidos políticos, así como a organizaciones y agrupaciones de carácter político, civil y académicas. Mientras tanto, “la introducción constitucional del *Derecho a la Información* en 1977, formaba parte de la agenda de la reforma democrática”.(45) Sin embargo, ni el gobierno, partidos políticos, ni los medios de comunicación asumían su responsabilidad ante el derecho a la información. Con la mencionada reforma democrática se modificaron 17 artículos constitucionales y se decretó la Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales (LOPPE).

(43) Alicia Ziccardi, *Gobernabilidad y Participación Ciudadana*. México, editorial Miguel Angel Porrúa, Instituto de Investigaciones Sociales UNAM, 1998, p.125

(44) *Diario Oficial de la Federación*, 18 Abril de 1975, en www.diariooficialdigital.com/histórico, agosto 06.

(45) María Elena Vazquez Nava, *et. al.*, *Participación Social y Control Social*, México Porrúa, 1° edición 1994, p.226.

A partir de la reforma impulsada por el presidente José López Portillo, se regularon dos mecanismos de participación democrática, el *referéndum* y la *iniciativa popular* en el artículo 73 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en el Distrito Federal.

Los dos mecanismos de participación se aprobaron después de la intervención de grupos de izquierda, así como intelectuales. El presidente López Portillo, los calificó como instrumentos de expresión popular en los actos de gobierno.

El 29 enero de 1979, se publicó la Ley Orgánica del Departamento del Distrito Federal que contemplaba nuevas formas de participación vecinal, y “se crearon los órganos de colaboración vecinal y ciudadana en cada delegación, los comités de manzana, las asociaciones de residentes y las juntas de vecinos... delimitando claramente los alcances de esta forma de participación, se restringía la misma a la atención de seis aspectos: desarrollo urbano, policía y tránsito, vialidad y colaboración vecinal y ciudadana”.⁽⁴⁶⁾ Mientras tanto se exigía la elección democrática del Jefe del Departamento del Distrito Federal.

En 1987, con la *Renovación Política* (proyecto de democratización, actualización y modernización legislativa, que pretendía acercar a partidos políticos y clases sociales) el *referéndum* y la *iniciativa popular* desaparecieron, sin contar con una ley reglamentaria y con escasa utilización.

En el año de 1988, tiempo de elecciones presidenciales, se dio uno de los sucesos más cuestionados en la historia de las elecciones en México, “la caída del sistema”, que otorgaba el triunfo al candidato del Partido Revolucionario Institucional (PRI), Carlos Salinas de Gortari con 49.13%, el candidato Cárdenas Solórzano con 31.59% del Frente Democrático Nacional (FNF), y Manuel Clouthier con 17.82 del Partido Acción Nacional (PAN).

(46) Javier Aguirre Vizzuett, *Distrito Federal: Organización jurídica y política*, México, Editorial Miguel Ángel Porrúa, 1989, p.215

Estas votaciones fueron impugnadas y causaron un gran descontento e indignación social, pero no se logró ningún cambio. Sin embargo, tales “acontecimientos coyunturales, como el caso de los sismos de 1985 y el fraude electoral de 1988, despertaron la conciencia ciudadana y detonaron el surgimiento de múltiples nuevas formas de organización de la sociedad civil”.(47) Formas estructuradas de la sociedad civil, autónomas en su acción a favor de causas comunes, y que pueden estar ligadas o no al gobierno, partidos u otras organizaciones.

En 1989, el Frente Democrático Nacional se convierte en el partido de la Revolución Democrática (PRD). Para 1990 se crea el Instituto Federal Electoral, organismo público autónomo encargado de organizar los procesos electorales; dirigido por ciudadanos, representantes del Poder Legislativo de la Unión y partidos políticos. (48)

La incorporación de tales mecanismos de participación en México se registra a partir de los años noventa, con una legislación a nivel local. Hasta el año 2005, 24 entidades federativas legislaban sobre la materia, sólo 14 de ellas contaban con leyes reglamentarias.

En junio de 1990, surgió la Comisión Nacional de Derechos Humanos como parte de un proceso de ciudadanización de los órganos electorales. Esta comisión surgió como un organismo desconcentrado de la Secretaría de Gobernación. En 1992 fue reconocida constitucionalmente y para 1999 con plena autonomía y presupuestaria.(49)

(47) Julia Chávez Carapia, *op. cit.*, p.136.

(48) www.ife.org.mx consultada en septiembre 2006.

(49) Juan Rebolledo, “*La reforma del Estado en México*”, *Una visión de la modernización en México*, México, Fondo de Cultura Económica.1994, p.85

En el año de 1993 se propuso la desaparición del Consejo Consultivo de la Ciudad; también se realizó un plebiscito convocado por el PRD, el Partido de la Revolución Democrática, mismo que provocó diferencias entre partidos y líderes políticos.

Los puntos a votación eran la conversión del D.F. en estado de la federación, elección de gobernantes por parte de los habitantes, creación de un poder legislativo propio. Los registros estimaron que más de 331,000 ciudadanos participaron y la resolución tomada por el pueblo, la mayoría de votos apoyaba a favor. De acuerdo al periódico *Excélsior* del 21 de marzo de 1993, cerca de 331,180 ciudadanos acudieron a las 2840 casillas instaladas en el Distrito Federal para votar.⁽⁵⁰⁾ Un 69.9 por ciento de lo votos apoyaron el sí. Sin embargo, la consulta no fue tomada en cuenta en la reforma de gobierno del Distrito Federal.

En enero de 1994, en contra del gobierno de Salinas de Gortari surgió el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), levantamiento armado en Chiapas, anunciándose a favor de la lucha por la democracia, justicia y libertad para todos. El surgimiento de tal movimiento respondía quizás a “el sentimiento de fraude y frustración que dejaron como resultado las elecciones de 1988, así como el deseo de que esa experiencia no volviera a repetirse... las fuertes tensiones que precedieron las elecciones de 1994, el conflicto armado en Chiapas, el consenso social hacia el EZLN, el asesinato del candidato a la presidencia, la agudización de la crisis del priísmo y la reafirmación autoritaria del presidencialismo”,⁽⁵¹⁾ como factores sociales decisivos.

El 12 de junio de 1995, fue publicada en la Gaceta Oficial del Distrito Federal, expedida mediante decreto, la Ley de Participación Ciudadana, y modificada en 1998. En esta ley se presentan las distintas formas a través de las cuales pueden participar los habitantes del Distrito Federal en la vida pública.⁽⁵²⁾

(50) *Excélsior*, “1993, Cronología Nacional”, *Excélsior* CIA Editorial, México D.F., 26 de diciembre de 1993, p.1-38.

(51) Jorge Alonso y Juan Manuel Ramírez Sáinz (coordinadores), *La democracia de los de abajo en México*, México, UNAM, Centro de Investigaciones Disciplinarias, Interdisciplinarias en Humanidades, 1997, p.339

(52) *Ley de participación Ciudadana del Distrito Federal*

Durante la gestión del presidente Ernesto Zedillo (PRI), diversos sectores sociales se manifestaron a favor de los mecanismos democráticos directos en la reforma política federal, impulsada por el mismo Zedillo. En 1996, surgió el Ejército Popular Revolucionario (EPR), en Guerrero.⁽⁵³⁾

Mecanismos como el referéndum, la iniciativa popular, el plebiscito y sus respectivas leyes reglamentarias eran parte de la iniciativa de reforma enviada por Zedillo al Congreso de la Unión, así como modificaciones a instituciones electorales, representaciones políticas con diputados y senadores y la elección popular del jefe de gobierno en el D.F. Esta reforma política respondió prácticamente al surgimiento de los grupos armados, los asesinatos políticos y la crisis económica de diciembre de 1994.

La iniciativa de cambios se quedó estancada y no volvió a tocarse el tema hasta la revisión a la Constitución propuesta por el presidente Vicente Fox (PAN), en el año 2001. Para la discusión de los mecanismos de participación, se establecieron mesas, foros de discusión y trabajo en donde se analizaron características como: alcances, límites, modificaciones pertinentes a los artículos constitucionales, ventajas y desventajas.

La Comisión de Estudios para la Reforma del Estado señaló la necesidad de reformas en las relaciones entre el poder público y la sociedad, con la propuesta de una participación ciudadana más efectiva y activa en la vida y procesos públicos.

En el año de 1994, Chihuahua reconoció el plebiscito, el referéndum y revocación de mandato; en 1995 en el Estado de México, se aceptó el referéndum. En diciembre de 1998, se modificó la Ley de Participación Ciudadana en el Distrito Federal, también Jalisco aprobó su ley de participación. Otros estados como Veracruz, Baja California Sur y Norte,

(53) Raymundo Riva Palacio, "Presumen trampa de EPR", *El Universal*, 3 de diciembre del 2004, p. 21.

Colima, Zacatecas, Coahuila, Guanajuato, Tamaulipas, Morelos, reglamentaron mecanismos y leyes respectivamente en el año 2000. Todavía hay estados del país que no cuentan con ninguna de estas formas de participación democrática. (54)

A través de esta participación se da lugar a una intervención entre ciudadanos y grupos sociales en asuntos de interés público, motivo por el cual su aprobación y promoción son indispensables.

Ejemplos de esta participación ciudadana, consisten en el derecho que ejercen los ciudadanos al elegir a un gobernante; la organización entre un grupo de vecinos para cubrir ciertas necesidades o resolver alguna problemática, contribuyendo así en la toma de decisiones, y las iniciativas organizadas por jefes de colonia, asociaciones vecinales o las mismas autoridades en actividades que apoyen el bien común.

La participación social es un factor clave en el estudio de la relación entre el Estado y la sociedad civil, es el proceso más adecuado para estructurar una sociedad civil organizada, dentro del marco jurídico para interactuar en actividades políticas y sociales. Individuos responsables, comprometidos y concientes de su capacidad de acción e identificados con la sociedad de la cual forman parte para lograr un ambiente armónico y organizado.

La participación social se basa en la toma de decisiones para constituir las bases de un desarrollo y convivencia democráticos. La participación ciudadana es, “entonces, el espacio donde interactúan grupos y personas, donde se estructura la demanda, se detectan los problemas y propuestas de solución y se da vigencia a la representatividad y a la decisión colegiada”,(55) a la diversidad cultural y social como fuente del desarrollo, de la democracia y de la vida política y ciudadana.

(54) *Ley de Participación Ciudadana de Baja California, Ley de Participación Ciudadana de Baja California Sur, Ley de Participación Ciudadana de Coahuila, Ley de Participación Ciudadana de Colima, Ley de Participación Ciudadana del Distrito Federal, Legislación en materia de referéndum del Estado de México, Ley de Participación Ciudadana de Jalisco, Ley de Participación Ciudadana de Guanajuato, Ley de Participación Ciudadana de Tamaulipas, Ley de Participación Ciudadana de Morelos, Ley de Participación Ciudadana de Veracruz, Ley de Participación Ciudadana de Zacatecas.*

(55) María Elena Vázquez Nava, *Op. Cit.*, p.109

2.2 PARTICIPACIÓN SOCIAL, INFORMACIÓN Y MEDIOS

Los medios de comunicación se han constituido como instrumentos en el proceso de la construcción de ciudadanía y sociedad civil, son herramientas en la defensa y promoción de los derechos humanos.

Los ciudadanos tienen el derecho a la información al igual que otros derechos esenciales garantizados en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y que el Estado tiene la función de asegurar. El derecho a la información está garantizado para los ciudadanos desde el año de 1977.

Los integrantes de una sociedad son ciudadanos, y ciudadano es “alguien que puede desempeñar un papel en la vida social, y por ende, ejercer y respetar los varios derechos y deberes propios de ella ... una persona es alguien que puede ser ciudadano, es decir, un integrante normal y cooperador de la sociedad....”.(56)

La noción de ciudadanía contribuye a exaltar la importancia de la sociedad como una fuente de poder político, la voluntad pública, control y crítica sobre el Estado.

El derecho a la información, que también lo encontramos en la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental,(57) representa a la vez el acceso a los medios de comunicación para ejercer un pleno ejercicio ciudadano participando en la vida pública, mantenerse informados con claridad, emitir opiniones y tomar decisiones.

(56) John, Rawls, *Liberalismo Político*, México, FCE. 1995, p.42

(57) *Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública*

Para este tipo de circunstancias, los medios de Estado serían los espacios adecuados para garantizar una libre expresión. “El proceso de construcción de la democracia requiere una interrelación entre el Estado y la población, generada a través de las formas de participación social, de los intereses de los grupos de poder y de los intereses y expectativas de la población...”⁽⁵⁸⁾ y los medios de comunicación públicos y comerciales pueden contribuir a la existencia de espacios abiertos a los ciudadanos, como parte de un proceso de democratización acompañado de la participación de la sociedad civil.

Entendamos por democracia “al camino en el cual los derechos formales se traducen en derechos efectivos en el sentido de que desaparece la exclusión social de todo tipo, en la medida en que la participación es algo activa y directa”⁽⁵⁹⁾ de manera que la participación ciudadana es esencial en el proceso de construcción de una sociedad civil más democrática.

La participación ciudadana en el ámbito público, favorece el desarrollo de la vida política de la sociedad y fortalece una comunicación directa con el Estado, por que “la esencia de la participación ciudadana reside en la democracia: ésta es participación. Con la democracia se enfrenta el autoritarismo, que es, sustancialmente, la cancelación de la participación ciudadana y hasta de los derechos humanos...”⁽⁶⁰⁾ en busca de mejorar las condiciones sociales en conjunto con el gobierno.

En la actualidad muchos medios de comunicación masiva en especial los medios electrónicos, están cerrados a la sociedad y a sus necesidades básicas en comunicación, por consecuencia la sociedad civil no cuenta con los espacios necesarios para ejercer su libertad de expresión y el derecho a la información, indispensable en la conformación de una cultura de comunicación ciudadana; tales derechos no se ejercen plenamente.

(58) Julia Chávez Carapia, *Op. Cit.* p.160.

(59) Julia Chávez Carapia, *et. al.*, *Op. Cit.* p.95

(60) Ma. Elena Vázquez Nava, *Op. Cit.*, p.78.

Es necesario precisar que la “ciudadanización” en los medios de comunicación, no se reduce a otorgar espacios en la programación a los ciudadanos, sino también a darle la importancia requerida a la participación en sus órganos de toma de decisiones.

Sin embargo, para una intervención ciudadana oportuna y productiva, la educación es básica como parte esencial en el proceso de democratización social, económico y cultural. La educación, “son todos los procesos por los cuales una persona aprende a desarrollar sus potencialidades para lograr una integración consciente, responsable y libre en la sociedad”,⁽⁶¹⁾ y es necesaria para fortalecer las aptitudes de los ciudadanos en la capacidad para reconocer, analizar y proponer soluciones a problemas como la pobreza, inseguridad, la violencia, corrupción, desigualdad, la intolerancia, la injusticia, entre otros. Así mismo, fortalecer su capacidad de demanda, negociación y acción con respecto a ello.

Se requiere fortalecer la formación y capacitación de quienes participan directamente y los sectores ciudadanos que pueden tener acceso a medios de comunicación, para construir una audiencia informada, crítica y propositiva.

Como lo mencionamos anteriormente, el desarrollo de la sociedad depende de varios factores, uno de ellos es una educación que “propicie una sociedad con mayor capacidad de autoafirmación de su idiosincrasia y sus valores, y cada vez más democrática, para una población más participativa.”⁽⁶²⁾ La articulación de la educación con nuevas formas de participación ciudadana, contribuiría a reducir el abstencionismo, reforzaría las relaciones entre gobierno y ciudadanos. La inversión en educación representa claramente, desarrollo en áreas como: ciencia, tecnología, competitividad internacional, nivel de vida, crecimiento económico, fortalecimiento político y la formación de valores sociales que norman la conciencia colectiva.⁽⁶³⁾

(61) Cristina Romo Gil, *Op. Cit.*, p.3.

(62) Elena Vázquez Nava, *Op. Cit.*, p.95.

(63) Ma. Elena Vázquez Nava, *Participación Social y Control Social*.

De esta forma, conocer las disposiciones legales en la protección de los derechos de la sociedad, es fundamental en la participación de los grupos sociales. Todo esto con el objeto de promover la construcción de una nueva ciudadanía, para lograr una verdadera relación entre sociedad civil y Estado. Es preciso terminar con la desinformación intencionada, la manipulación o el sensacionalismo como mecanismos dominantes que nublan la capacidad crítica del ciudadano.

Por esta razón, es necesario contar con medios públicos y mecanismos de intervención adecuados que garanticen un servicio a la ciudadanía, espacios permanentes e institucionales que favorezcan el desarrollo social y el interés de la ciudadanía en la reflexión, análisis y elaboración de propuestas en los asuntos de interés público.

A continuación presentamos los principales mecanismos de participación ciudadana.

2.3 MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Desde hace treinta años, la sociedad se ha interesado por participar en procesos que antes solo competían a la esfera gubernamental. La disposición a participar se ha apoyado en distintos mecanismos de participación, que contribuyen a crear un espacio de intervención social más amplio dentro de una relativa apertura democrática.

Los mecanismos de participación son de gran importancia en la relación entre la sociedad y el gobierno, son una estructura que procura la elevación de la vida cotidiana social para ser tomada en cuenta por las leyes como un marco legal para erradicar las ilegalidades y por otra parte la procuración de los derechos ciudadanos a participar en la vida civil y asuntos públicos.

La relación entre sociedad y gobierno es básica en el desarrollo democrático. Tal como lo plantea Julia Chávez, “la articulación del Estado con la participación social se presenta a través de mecanismos de interrelación y formas de manifestación, cooperación y movilización para enfrentar problemas, gestionar requerimientos y dar soluciones.”⁽⁶⁴⁾

De modo que los mecanismos son un canal a través del cual los ciudadanos participan en la toma de decisiones, en la conformación de un gobierno plural y democrático y en la búsqueda por impulsar y promover la participación civil en los asuntos y políticas públicas.

A continuación presentamos, de acuerdo con la Ley de Participación Ciudadana del Distrito Federal, los principales mecanismos de participación para la adecuada intervención de los ciudadanos en los asuntos de la vida pública. ⁽⁶⁵⁾

EL Plebiscito

El plebiscito es la consulta al pueblo sobre asuntos de importancia colectiva o de índole política. Asuntos como el destino nacional o situaciones que necesitan la aprobación de la sociedad tales como el independizarse, cambios territoriales como unión o separación a otro estado. Es una forma de consulta en la que la opinión popular se basa en el interés general.

Es un instrumento de la voluntad popular, de expresión sobre problemáticas político sociales, para que se rechace o ratifique una decisión administrativa gubernamental, no actos normativos.

El plebiscito y el referéndum son mecanismos de consulta a la población, la diferencia radica en el objeto de la consulta.

⁽⁶⁴⁾ Julia Chávez Carapia, *op. cit.* p.22.

⁽⁶⁵⁾ Consúltese *Ley de Participación Ciudadana del Distrito Federal*.

Referéndum

El referéndum es la consulta popular con respecto a una constitución, a una ley, una reforma de carácter legal o constitucional; comprende materias de tipo jurídico solamente. Tiene como objeto la consulta de actos normativos; la creación, modificación o derogación de normas jurídicas.

Existe un referéndum de tipo obligatorio, es decir, una aprobación válida para normas jurídicas específicas que de no ser aprobadas popularmente carecen de eficacia jurídica.

El referéndum facultativo, la atribución de instrumentarlo depende del presidente de la República o del Congreso, de modo que no es un requisito para la validez de las normas jurídicas.⁽⁶⁶⁾

Iniciativa Popular

La iniciativa popular representa un mecanismo de presión sobre los cuerpos legislativos para la representación de la opinión ciudadana. Es un mecanismo que permite iniciar un proceso de legislación, aprobación o rechazo de leyes que sólo representen intereses especiales de grupos o líderes; la última decisión reside en el Congreso de la Unión. ⁽⁶⁷⁾

Es un mecanismo de liberación ciudadana para presentar iniciativas de ley, que no han sido consideradas por los órganos legislativos. Por medio de este mecanismo los electores pueden intentar que ciertas medidas sean tomadas en cuenta.

⁽⁶⁶⁾ Néstor Vargas, *Participación ciudadana en el proceso de la elaboración de políticas públicas*, México, INAP, 1997, p.89

⁽⁶⁷⁾ *Ibidem.*, p.59.

Convocatoria

La convocatoria es un mecanismo a través del cual los ciudadanos entran al campo de acción de las políticas públicas y necesidades básicas, es decir, participar en los programas gubernamentales y promoverlos efectivamente.

De acuerdo con Néstor Vargas, la convocatoria es una manera de enfatizar la forma de gobierno basada en el control popular, permitiendo a los votantes destituir a funcionarios públicos corruptos e incompetentes y crear esquemas en los que se persigue la eficiencia de las políticas públicas. (68)

Consulta ciudadana

Es un instrumento a través del cual se someten a consideración ciudadana por medio de preguntas directas, foros, o cualquier otro instrumento de consulta, cualquier tema de importancia trascendental para los habitantes del Distrito Federal.

Es convocado por el Jefe de Gobierno, las Instancias de la Administración Pública del Distrito Federal, la Asamblea Legislativa o autoridades competentes. Los resultados serán elementos de juicio para el ejercicio de las funciones de la autoridad convocante.

Colaboración ciudadana

Se refiere a la colaboración de los habitantes con las autoridades en la ejecución de obras, prestación de servicios públicos, colectivos o comunitarios, aportando para su realización recursos económicos, materiales o trabajo personal.

(68) *Ibid.*, p.89.

Se presentará a través de solicitud por escrito, firmada y con los datos personales correspondientes, detallando las actividades en las que se pretende colaborar. Las dependencias resolverán la aprobación o rechazo de la solicitud, en un lapso de 30 días o en su defecto una propuesta de cambios.

Rendición de cuentas

En este caso los habitantes del Distrito Federal, tienen el derecho a recibir un informe general y específico por parte de las autoridades, sobre las actividades realizadas y las que se están llevando a cabo. Las autoridades deberán presentar el informe mínimo una vez al año.

Difusión pública

Las autoridades están obligadas a establecer un programa de acciones y funciones. De esta manera los ciudadanos podrán llevar un seguimiento de las diferentes actividades, conocerlas y emitir opiniones.

Red de contraloría ciudadana

Es un instrumento de participación ciudadana, en el que voluntaria e individualmente, los ciudadanos asumen el compromiso de colaborar de manera honorífica con la administración pública del Distrito Federal, para garantizar la transparencia y la eficiencia del gasto público.

Los ciudadanos participarán en los órganos colegiados de la administración pública, en carácter de contralores ciudadanos acreditados por el Jefe de Gobierno.

Audiencia pública

Instrumento a través de cual los ciudadanos proponen al Jefe de Gobierno y a las autoridades en general, la adopción de determinados acuerdos o realización de actos, así como recibir información de los órganos de la administración pública, recibir por parte de las autoridades las peticiones, propuestas, quejas y todo lo relacionado a la administración pública.

Igualmente, a través de la audiencia pública es posible evaluar junto con las autoridades el cumplimiento de los programas y actos de gobierno.

Recorridos del jefe delegacional

Los jefes delegacionales dentro de su demarcación, para un mejor desempeño en sus funciones, realizarán recorridos periódicos, a fin de verificar la forma y las condiciones en que se prestan los servicios, su estado, las obras, etcétera. En función de las necesidades y peticiones por parte de los ciudadanos hacia el Jefe Delegacional, se podrá realizar una audiencia pública solicitada por los mismos ciudadanos.

Asamblea ciudadana

Es un instrumento de información, análisis, consulta, deliberación y decisión de los asuntos de carácter social, colectivo o comunitario; así como para la revisión y seguimiento de los programas y políticas a desarrollarse en una determinada unidad territorial.

Debe presentarse una asamblea en cada unidad territorial, mínimo tres veces por año, en donde ciudadanos con credencial de elector podrán tener voz y voto en las actividades y toma de decisiones.⁽⁶⁹⁾

⁽⁶⁹⁾ Véase *Ley de Participación Ciudadana del Distrito Federal*.

A través de estos mecanismos de participación ciudadana, propios de cada organización, los ciudadanos pueden estructurar movimientos sociales de una manera libre, organizada comprometida y responsable favoreciendo el desarrollo de la participación ciudadana.

Sin embargo, aún existe un desconocimiento de tales mecanismos por parte de la población lo que origina una escasa participación social misma que varía de acuerdo a las organizaciones, necesidades e intereses por lo que puede ser muy diversa. A continuación presentamos algunos tipos de participación ciudadana comunes en la población.

2.4 TIPOS DE PARTICIPACIÓN

Participar es un acto de carácter social, tomando parte en una organización estructurada por otras personas que comparten un mismo interés común o una misma realidad social.

La participación ciudadana tiene varias categorías vinculadas a las organizaciones o al gobierno, y algunas otras como formas de respuesta frente a la desatención del mismo. Las siguientes son algunas de las principales categorías de participación ciudadana vinculadas al gobierno, y otras que son organizadas por los mismos ciudadanos.⁽⁷⁰⁾

⁽⁷⁰⁾ Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal.

Participación formal

Es aquella en donde los ciudadanos ejercen su derecho y su capacidad para elegir gobernantes a través del voto y como mecanismo para la libre expresión y participación política. También se aplica en mecanismos como el plebiscito y el referéndum. En términos generales, es aquella que marca la ley con respecto a los derechos que tienen los ciudadanos para elegir sus gobernantes, siendo el sufragio la forma de legitimar al gobierno.

Esta participación es reconocida por las leyes en la Constitución; en ella la población tiene la oportunidad de ser agente activo en la toma de decisiones contribuyendo a la resolución de problemas comunes. Esta forma de participación contribuye al orden entre los derechos y obligaciones de la comunidad.

Participación espontánea

Se presenta cuando la sociedad se organiza frente a una necesidad o problema común, por ejemplo sismos, inundaciones o situaciones de emergencia. También la organización civil puede enfocarse a hacer un llamado a las autoridades para la resolución del problema, a través de un grupo coordinado en busca de una respuesta por parte de la autoridad. Sin embargo, este tipo de participación desaparece una vez que el problema ha sido resuelto, es decir, no es de permanencia. Además de ser débil en su estructura al actuar individualmente los ciudadanos más informados o preocupados por la situación.

Un ejemplo más claro fue el sismo de septiembre de 1985 en México, caso en el que la respuesta ciudadana al fenómeno natural fue de gran importancia hasta la resolución del desastre. Ésta participación surge de manera dispersa ante la necesidad de los vecinos por responder a una necesidad inmediata, coordinándose y actuando.

Participación organizada

Este tipo de participación tiene como objetivo colaborar en la sociedad de manera organizada y permanente, fomentar la colaboración ciudadana y apoyar a las autoridades. Su base son los grupos comunitarios, organismos públicos y civiles. Es promovida por las asociaciones de colonos, clubes de servicio, partidos políticos, comités de manzana, juntas de vecinos, consejos de participación ciudadana y contribuye al cumplimiento de los programas de Gobierno, realización de obras y acciones colectivas.

Se centra básicamente en fomentar la colaboración ciudadana de forma organizada, y apoyo a las autoridades en la solución de problemáticas diversas; procurando que la coordinación ciudadana sea constante y permanente al contrario de la participación espontánea.

Consejos de participación ciudadana

Son considerados como organismos auxiliares del gobierno o ayuntamientos, en la gestión, promoción y ejecución de planes y programas contemplados por el gobierno municipal. Son estructurados por vecinos del ayuntamiento, siendo uno de ellos representante del consejo, y elegidos por los vecinos en general de la población.

Tienen como objetivo el procurar la participación de la ciudadanía en las actividades, planes y programas de gobierno. Verificar la prestación de servicios públicos, informar a los vecinos sobre los proyectos y actividades a realizar. En general son grupos comunitarios organizados, que fungen como un medio de comunicación y organización entre vecinos y autoridades en los servicios públicos y obras de tipo comunitario. (71)

(71) Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal.

2.5 LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN LA RADIO

Hablar sobre participación ciudadana en la radio, involucra diferentes aspectos tales como el derecho a la libertad de opinión y expresión, que tiene toda persona. Comprende el derecho a la libertad de buscar, recibir, difundir información, opiniones, ya sea de forma impresa o artística sin restricciones.

En México, los medios de comunicación aún no han logrado estos objetivos y el resultado es que la sociedad no pueda demandar un medio de comunicación adecuado a la realidad social. Los medios masivos limitan la comunicación a un asunto de carácter comercial y la información a una mercancía, mientras que es un derecho humano fundamental. Si no se garantiza este derecho, los demás no se podrán ejercer, y la participación ciudadana en los medios no se materializará por factores como la política de Estado, la política de los medios de comunicación hacia la construcción de ciudadanía y la propia indiferencia ciudadana.

La participación de la sociedad en los medios de comunicación es básica, siempre y cuando entendamos por sociedad, “en su más amplio sentido, de modo de incluir toda clase y grado de relación en que ingresen los hombres, ya se trate de relaciones organizadas o no, directas o indirectas, concientes o inconscientes, de cooperación o antagonismo.”⁽⁷²⁾ Para comprender mejor el contexto participativo de la sociedad en los medios masivos, nos remontaremos a sus primeras intervenciones en la radio.

La participación ciudadana en la radio se hace presente desde la entrada del teléfono en la vida cotidiana a partir de la década de los sesenta; paulatinamente la presencia del público fue en aumento, en términos de opinión pública. Rosalía Winocur señala que “la participación en la radio existió prácticamente desde sus comienzos. Antes de la aparición del teléfono la gente

⁽⁷²⁾ Ely Chinoy, *Introducción a la sociología*. Buenos Aires, Paidós, 1974, p.43.

enviaba cartas a las secciones de espectáculos de los periódicos dirigidas a algún programa o locutor, o directamente a la estación.”(73)

De modo que los correos de voz, las cartas, faxes, llamadas telefónicas e Internet son algunos de los canales a través de los cuales se puede participar, solicitar información, hacer una denuncia, solicitar servicios públicos, criticar o emitir opiniones sobre asuntos de interés general en programas hablados o en noticiarios, éstos últimos han generado espacios para la canalización y expresión de inquietudes además de originar cierta interacción entre la población y el poder local.(74)

Sin embargo, esta relativa participación se encuentra demasiado débil y limitada frente a la naturaleza comercial de los medios masivos de comunicación en México.

Existen otros espacios de participación como las radios comunitarias o radios públicas en donde los ciudadanos tienen mayores opciones de formar parte del proceso comunicativo, pero para lograr incursionar de una manera adecuada, es necesaria una preparación básica, es decir, educación y capacitación en materia radiofónica.

Dicho modelo radiofónico representa un instrumento a través del cual comunidades, grupos y organizaciones pueden elevar su capacidad de organización y analizar su propia realidad social y comunicarla. No hay que olvidar que la naturaleza mediática no solo está estructurada para fines comerciales, también puede responder a diferentes realidades locales, culturales y sociales.

(73) Rosalía Winocur, *Ciudadanos Mediáticos*. Barcelona, España. Editorial Gedisa, 2002, p.103.

(74) *Ibidem.*, p.90

Desafortunadamente los medios de comunicación han sido monopolio de la élite en el poder, tanto en nuestro país como en Latinoamérica, pero algunas radios públicas, comunitarias han defendido la tarea de servir a la sociedad con un sentido democrático, a pesar de no ser reconocidas jurídicamente en su vital desempeño.

La problemática a la que se enfrenta la participación ciudadana en muchos medios de comunicación radica en su condición como espacio privado, como resultado de la comercialización de los medios masivos; la publicidad se ha convertido en la principal protagonista de la comunicación moderna. La importancia de la radio en la actualidad es fundamental, consolidándose como parte de la vida cotidiana social, desafortunadamente “las radios de carácter comercial forman el núcleo mayor de estaciones de cada país y se rigen por sistemas estrictamente comerciales, emitiendo sólo aquellos programas que han sido vendidos previamente a un patrocinador.”⁽⁷⁵⁾

Muchos medios privados estructuran una realidad alterna a la medida de sus necesidades y no cumplen con sus funciones de servicio público. “La participación del radio oyente se inscribe dentro de la estructura del programa; esto quiere decir que se crean espacios especiales para que éste pueda intervenir mediante llamadas telefónicas, cartas, faxes o entrevistas en vivo.”⁽⁷⁶⁾ La creación de espacios destinados a una libre intervención ciudadana contribuiría al fortalecimiento de la participación en los medios masivos de comunicación y en los procesos de la vida social.

Espacios que garanticen la libertad de expresión, la difusión de información clara, plural, precisa, y no formen parte de las muchas opciones en la carta programática de estaciones comerciales como parte de una estrategia para obtener credibilidad y legitimar su actuación, siempre serán necesarios frente a la desigual relación de producción y recepción.

(75) Lluís Bassets, *Op. Cit.*, p.134

(76) Rosalía Winocur, *Op. Cit.*, p.108

Las posibilidades de intervención de los ciudadanos en la participación mediática en nuestro país son muy bajas. La creación de espacios para ciudadanos en temas de interés colectivo, forman parte de la responsabilidad social de los medios masivos de comunicación.

Sin embargo, la participación ciudadana en los medios no será posible, aunque existan los espacios, mientras no se estructuren las bases para una adecuada intervención de los individuos que contemple educación, es decir, desarrollo de la capacidad analítica con respecto a la condición en la que se encuentran inmersos, así como la información básica necesaria para ser capaz de emitir una opinión clara, oportuna y precisa para llegar a ser tomados en cuenta en las agendas mediáticas.

La participación mediática en nuestro país tiene que ganar nuevos espacios y ampliarse frente a los cambios en las leyes por las que está atravesando en materia de radio y televisión, para continuar el camino en la búsqueda de la democratización de los medios masivos de comunicación, el acceso a la sociedad y las condiciones necesarias para su existencia y su adecuada regulación en las leyes.

Por otra parte factores como la desconfianza, la corrupción, la falta de credibilidad y las condiciones de vida han favorecido a una insuficiente participación ciudadana. Ante esta situación resulta necesario promover iniciativas para el surgimiento de una participación social que no se base en el clientelismo ni el corporativismo, estrategias organizadas en la búsqueda de cambios sociales necesarios, “el problema de una mejor relación entre poderes, medios y sociedad tiene su principal solución en una mayor participación ciudadana”.(77)

(77) Beatriz Solís Leree, *et. al.*, *La Relación Sociedad / Medios en el Marco de Reforma del Estado*. México, D.F., 1° edición, 2004, UNAM p.188

En México la participación social ha tenido mayor relevancia desde finales de los años sesenta, pero para que exista una participación ciudadana efectiva debe ser tomada en cuenta en las políticas sociales, sin ser necesariamente integradas a instituciones del Estado para terminar como parte de planes y programas de control ideológico. El punto de partida debe ser una reflexión por parte de cada uno de nosotros desde el mismo presidente de la república hasta el ciudadano más común, otorgando un valor distinto y comprendiendo que “participación es *tomar parte* personalmente, un tomar parte *activo* que verdaderamente sea *mío*, decidido y buscado libremente por mí”, para contribuir a lograr un progreso realmente comprometido.(78)

La capacitación juega un papel fundamental, ya que permite a grupos o comunidades participar en los procesos de organización y servicios sociales para estructurar un proyecto social responsable y comprometido para la vida democrática y cultura política. “Cuando se desee conocer si se ha dado un desarrollo de la democracia en un determinado país, se debería investigar no si aumentó o no el número de quienes tienen derecho a participar en las decisiones que les atañen, sino los espacios en los que se pueden ejercer ese derecho”. No todas las personas pueden participar en un mismo proceso de toma de decisiones, debe de existir una preparación previa (capacitación) que les permita adaptarse adecuadamente a dicho proceso. Mientras algunos ejercen su derecho a participar en determinados procesos otros pueden participar también en torno al mismo proceso, por ejemplo, comprobando su buen funcionamiento o enfocarse a otras áreas sociales descuidadas, contribuyendo así a la creación y uso de espacios de participación social.(79)

(78) Giovanni Sartori, *¿Qué es la democracia?*, Mexico D.F., Taurus, 1° edición, 2003, p.115

(79) Norberto Bobbio, *El futuro de la democracia*, México D.F., Fondo de Cultura Económica, 2° edición, 1996, p.35

Es indispensable una mayor articulación entre las organizaciones civiles, las organizaciones del Estado, las organizaciones políticas y la participación social, en los procesos de decisión para desarrollar una adecuada cultura de participación dentro de una sociedad realmente democrática, entendiendo por “participación ciudadana como habilitación del ciudadano, del grupo y la nación a ejercer, en forma directa o vicarial, algún rol de productor y emisor de mensajes” a través de todos los medios y canales que sirvan para ello. (80)

Siguiendo esta misma línea, son los ciudadanos quienes se encuentran entre medios y gobierno, y son ellos quienes impulsarán una sociedad democrática, a partir de la influencia y opciones a su alcance. Por lo tanto “el ejercicio de ciudadanía es un proceso de aprendizaje al que contribuyen las diferentes instituciones presentes en la sociedad, entre ellas los medios de comunicación”. Y la importancia de la radio en este proceso la encontramos en que “desde un medio de comunicación siempre se construye ciudadanía: se puede ayudar al fortalecimiento de una ciudadanía activa y participativa o se puede fomentar una ciudadanía pasiva únicamente vinculada con el consumo”.(81)

Es por eso que planteamos que los medios de comunicación tienen una gran importancia en la construcción de ciudadanía y el ejercicio de la participación ciudadana.

La apertura de espacios de participación social en los medios de comunicación depende del desarrollo del proceso de democratización de los medios en nuestro país, sin embargo, todavía falta bastante para lograr un avance democrático que impulse un proyecto efectivo de participación ciudadana en los medios de comunicación, especialmente los electrónicos.

(80) Beatriz Solís Lerey, *Op. Cit. (sic.)* p.188.

(81) *Ibidem.*, p.203

Más adelante realizaremos un análisis de “La Radio de los Ciudadanos” un modelo radiofónico, que mantiene como objetivo la participación ciudadana como elemento constructor de nuevos lazos democráticos entre la ciudadanía y el gobierno. Modelo que puede contribuir a desarrollar características enfocadas a la búsqueda de un desarrollo democrático en el campo de los medios de comunicación, fomentando una cultura de participación activa que sea responsable y demandante.

A continuación analizaremos uno de los intentos más importantes del Estado por participar de manera formal en la industria de la radiodifusión en nuestro país. Se trata del Instituto Mexicano de la Radio, pero antes hablaremos de la radio de Estado como paso previo para contextualizar el desarrollo de dicho instituto.

CAPÍTULO 3

EL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO

En nuestro país aún se carece de una política de Estado que procure el cubrir las necesidades de múltiples sectores sociales y garantice la existencia de medios públicos en donde los ciudadanos se expresen, emitan opiniones y propuestas.

Los medios de Estado todavía se interpretan como mecanismos de influencia y control de las políticas del gobierno. Sin embargo, se han llegado a dar casos de participación en medios públicos, básicamente en radios indigenistas, y cuando en el mes de agosto del año 2002 se dio a conocer la propuesta por parte del IMER de transformar una de sus frecuencias en una emisora ciudadana, se trataba de un pequeño espacio para las organizaciones civiles y organizaciones sociales con una aparente posibilidad de interactuar en un medio de servicio público; pero antes de continuar con este tema profundicemos en las características de la radio de Estado. Las líneas que siguen tratan sobre el más importante intento por parte del Estado por incursionar en la radiodifusión.

3.1 LA RADIO DE ESTADO: EL IMER

La radio es uno de los medios más accesibles para transmitir un mensaje, y como medio de comunicación tiene la función de informar, presentar distintas realidades, observar normas, cubrir necesidades sociales, contribuir al esfuerzo de actitudes y opiniones a favor de un desarrollo social.

Como parte de todo el proceso que hemos contemplado hasta ahora, el resultado es que el Estado se ha convertido en una especie de radiodifusor, "desde el inicio de la radiodifusión en el país, el Estado Mexicano asumió el papel de radiodifusor, a pesar de que su presencia no ha sido, en el transcurso de los años, constante y fuerte".(82)

(82)Cristina Romo Gil, *"Ondas, canales y mensajes": Un Perfil de la Radio en México*, Guadalajara, Jalisco, México, ITESO, 1991, p.84

Con respecto a las leyes, en el caso de la *Ley Federal de Radio y Televisión* de 1960, tanto como en las reformas aprobadas en abril del 2006, se identifica un indudable favorecimiento a la radiodifusión comercial, que todavía coloca al Estado en una posición inferior con respecto a las empresas privadas y que al mismo tiempo afecta e impide el desarrollo de otros modelos radiofónicos no mercantiles, incluso al nivel de no ser considerados en una ley federal, que no establece las condiciones básicas en el espectro radiofónico para la estabilidad económica y operativa de las emisoras no comerciales que forman parte de esa diversidad comunicativa social en México, que pasa de gobierno en gobierno como un asunto pendiente.

No perdamos de vista que una de las principales razones para incursionar en la radiodifusión de manera más contundente fue porque “el Estado mexicano comienza a reconocer el poder político de la radio. Sin embargo, su incursión de ninguna manera limita la presencia y el poder de la empresa comercial en el medio”,⁽⁸³⁾ una influencia tan grande que se mantiene por encima de las necesidades de la sociedad en materia de comunicación.

A pesar de los cambios y los pocos avances con respecto al desarrollo de otros modelos radiofónicos, aún no podemos considerar que la función de servicio público en la radio y medios de comunicación en general sea una realidad en nuestro país, incluyendo a las emisoras controladas por el Estado; mientras no se facilite la participación abierta a la audiencia en la discusión de problemas comunes, la diversidad informativa, cultural y la procuración del desarrollo social y acorde a las necesidades de la nación. ⁽⁸⁴⁾

⁽⁸³⁾ *Ibidem.*, p. 64

⁽⁸⁴⁾ Veáse: Cristina Romo Gil, *La Otra Radio, voces débiles, voces de esperanza*. p. 167

El IMER es responsable del manejo y funcionamiento de las emisoras bajo operación directa del Estado, y aunque representa un modelo radiofónico distinto al comercial tradicional; una emisora de carácter independiente, es decir, emisoras que no sean controladas por el Estado, todavía son la opción más viable para desarrollar una verdadera radio participativa que contemple funciones de interés nacional tales como dar espacio a la difusión educativa, cultural, informativa y la participación social desde un nivel comunitario, popular y urbano, que por la falta de apoyo no prosperan como emisoras universitarias, estatales o municipales, y pequeñas locales que podríamos clasificar como radios culturales. Esta situación se desprende básicamente de la fuerte “dependencia a la Secretaría de Gobernación que ejerce su autoridad a través de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía”(85), existiendo siempre intereses ajenos al beneficio de las mayorías.

Sin embargo, las estaciones de Estado carecen de la creatividad y las iniciativas necesarias para lograr ser más provechosas, más cercanas a su público y útiles. Por motivos como los antes mencionados, este trabajo se centra en una emisora que está desarrollando un trabajo, distinto al de la radio comercial. A este respecto el gerente de la “Radio de los Ciudadanos”, el Lic. Héctor García Robledo, señala: “he tratado de hacer con su modelo dinámicas muy atractivas, presentar temas de interés con información de calidad. Curiosamente la psicología, en mi punto de vista, la psicología de la gente en México necesita líderes o de gente que les marque modas, esperamos a que el otro dicte los pasos a seguir”. (86)

(85) Ignacio Rodríguez Zarate, en *Perfiles del cuadrante Op. Cit.* p.274

(86) Entrevista con el Lic. Héctor García Robledo, Gerente de XDETL, “La Radio de los Ciudadanos, Agosto 25, 2006. IMER.

Nota: La entrevista realizada al gerente de “La Radio de los Ciudadanos”, aporta información para el desarrollo de éste capítulo debido a los datos y opiniones en ella incluidas.

Ciertamente la radio comercial hace uso de los métodos y tecnologías a su alcance para mantenerse en el gusto del público como un distractor, pero no como una alternativa motivadora, crítica, que señale defectos, problemas y planteé propuestas propositivas. El gerente de la estación considera que la Radio Pública debe de utilizar mucho la tecnología y hacer cosas más ligeras, saber que la radio no es propiamente para llevar a cabo una educación tradicional sino es una educación complementaria, pero que también tiene que ser divertida.

Es evidente que necesitamos una radio diferente, todos socialmente hablando y como lo menciona el gerente de la XEDTL, “La Radio de los Ciudadanos”, utilizar todos los elementos necesarios y al alcance para hacer una buena radio con calidad y creatividad.

Con respecto al incremento de la participación social en los medios de Estado, el Maestro Manuel Enrique Paniagua, subdirector de Redes Temáticas de la Unidad para el Desarrollo Jurídico de la Secretaría de Gobernación, comenta que:

“como en tantos otros rubros, los recursos de que se disponen determinan cierto alcance de cualquier proyecto. Si el Congreso de la Unión pudiera apreciar los beneficios de estos medios, y aportar mayores recursos presupuestales para su operación, la administración seguramente los pondría a un buen fin, incluyendo un mayor alcance de su presencia en la sociedad.”⁽⁸⁷⁾

La radio de Estado se tiene que dar a conocer, al mismo tiempo que se vea como un medio atractivo para quien quiere comunicarse. Con la confianza alcanzada en esta dinámica, se establece un círculo, de mayor uso de la radio por parte de los ciudadanos para hablar y escuchar los temas de su interés.

(87) Entrevista con el Mtro. Manuel Enrique Paniagua Cervantes. Subdirector de Redes temáticas. Secretaría de Gobernación, Unidad para el Desarrollo Jurídico. Agosto 30, 2006. SEGOB.

El crecimiento y desarrollo de los medios de Estado depende del mismo Estado, la sociedad presenta necesidades y las autoridades tienen que ofrecer soluciones, si esta acción no se cumple se fomenta a su vez un círculo vicioso que estanca las posibilidades de desarrollo social. Mientras que medios, como la radio, tiene que operar y presentar producciones de calidad y de contenido a pesar de las limitaciones.

En el punto siguiente presentamos un panorama sobre el origen y las etapas en el desarrollo del Instituto Mexicano de la Radio como el principal representante de la radio de Estado en la industria radiofónica mexicana.

3.1.2 ORÍGENES

La actividad radiofónica se ha convertido en uno de los principales medios de comunicación social con la capacidad para informar, entretener, educar, orientar la opinión pública y podría estructurarse como una herramienta para fomentar el desarrollo de la cultura de participación ciudadana en los asuntos de interés nacional, como parte de una política del Estado para los medios electrónicos.

El desarrollo de la radio en México, desde la década de los cincuenta, tuvo un gran crecimiento bajo el fuerte predominio de factores comerciales, la desatención del Estado y la influencia extranjera que aún predomina en los formatos radiofónicos.

Fue entonces que el Estado asumió una actitud más participativa en la radiodifusión y trató de recuperar parte del terreno perdido en el medio a partir del año de 1979, con el objetivo de intervenir mayormente como emisor en el campo de la comunicación. Por ser el medio electrónico de comunicación más antiguo, de mayor penetración, acceder a todos los niveles socioeconómicos y por llegar a lugares más lejanos; es un medio de singular importancia por su capacidad de contribuir al desarrollo social, económico y también político como lo mencionamos anteriormente.

Bajo la decisión política del presidente Miguel de la Madrid, se puso en funcionamiento un sistema de comunicación radiofónica al servicio de la sociedad, el Instituto Mexicano de la Radio, que inició operaciones el 23 de marzo del 1983; organismo público descentralizado que tiene como objetivos la búsqueda de la integración nacional y la descentralización de la cultura. “El 25 de marzo de 1983, en el Diario Oficial de la Federación, se dio a conocer la creación de los Institutos Mexicano de la Radio (IMER), de la Televisión (IMEVISION) y del Cine (IMCINE), como respuesta al plan básico preparado por el Instituto de Estudios Políticos y Sociales del PRI (IEPES) para la campaña presidencial de Miguel de la Madrid...”(88)

A través del Instituto Mexicano de la Radio (IMER), sectorizado a la Secretaría de Educación Pública, el Estado opera estaciones en el Distrito Federal y otras en el interior de la República, al IMER le correspondían “todas las estaciones gubernamentales, las televisoras y productoras gubernamentales en Imevisión y por lo que respecta al cine, en el Instituto Mexicano del Cine.(89)

Al Instituto se integraron los organismos y estaciones bajo dependencia del Gobierno Federal, siguiendo lineamientos de producción como: informar, orientar, entretener, difundir la cultura, la educación y la práctica del deporte sin fines de lucro.

Uno de los mayores retos del Instituto, a pesar de no contar con personal calificado para ello, era el realizar producciones con calidad, y que cubrieran las necesidades de comunicación social del Estado. La capacitación en diferentes áreas de radiodifusión, fue la etapa previa en la estructuración de programación para las emisoras a su cargo. Justamente esta ha sido una de las muchas problemáticas a las que se enfrentan las estaciones permisionadas

(88) Cristina Romo Gil, *Op. Cit.*, p.133

(89) Ignacio Rodríguez Zarate en Ma. Antonieta Rebeil Corella, *Perfiles del cuadrante Op. Cit.* p.274.

a partir de la política estatal, dificultades como el dinero y la voluntad política, el dinero porque se necesita tener instalación, contar con el equipo, capacitar al personal, cubrir salarios y hacer promoción. De acuerdo con la opinión del gerente de la estación, hace falta “voluntad política” y una reglamentación que les permita vender espacios, para estar constituidas jurídicamente y tener un apoyo del Estado como en países desarrollados, en donde el Estado tiene la obligación de dotar de recursos a las organizaciones sociales o a los medios sociales que están haciendo una labor pública. De manera que el IMER agrupa a cierto número de emisoras que siguen operando, mientras que otras desaparecieron o fueron absorbidas por las grandes cadenas comerciales desapareciendo por completo las posibilidades de ser de públicas y útiles a sus comunidades.

En septiembre de 1984, se llevó a cabo una reunión en Galindo, Querétaro, en la cual estuvieron presentes el entonces Subsecretario de Gobernación, Fernando Pérez Correa y las autoridades de la Secretaría de Gobernación relacionadas con la radiodifusión de Estado, así como el cuerpo directivo del IMER quienes acordaron que el Instituto fuera un órgano corporativo y operativo, también la liquidación y disolución de las empresas que el ejecutivo federal había incorporado al IMER. Se establecieron las políticas de producción y el balance programático de las emisoras. Estas fueron las determinaciones tomadas en la llamada “Reunión de Galindo”, que definió la estructura del IMER.

En los fuertes sismos registrados en la ciudad de México en 1985, el IMER realizó importantes actividades informativas, sociales, de ayuda y organización frente al desastre, a pesar de que sus instalaciones resultaron afectadas. Posteriormente se renovaron instalaciones y equipo técnico, se le dio mayor atención a los servicios noticiosos y periodísticos. Su infraestructura radiofónica le permitió una mayor expansión; en el año de 1987, operaba 17 estaciones a lo largo de país, extendiéndose hasta Tlaxcala, Colima y Tijuana a través de nuevas emisoras.

Para el año de 1988 el IMER contaba con el uso del Sistema de Satélite Morelos para la difusión del Sistema Nacional de Noticiarios, fortalecía su infraestructura y firmaba convenios con universidades y otras emisoras. Teodoro Rentería, quien fuera Director General del Instituto Mexicano de la Radio, señalaba que las actividades del IMER se habían cumplido con imaginación, talento y productividad aún frente a las adversidades económicas, con más o menos recursos, y que “en nuestro país, la radio de Estado refleja los problemas sociales de su colectividad y participa en su solución; se inserta en la infraestructura política, económica, social y cultural de nuestros días, con un auténtico sentido democrático, entendiendo éste como un servicio permanente a los intereses de las mayorías...”.(90)

Ésta era la imagen que se manejaba del Instituto en 1988, un Instituto Mexicano de la Radio apoyado por el gobierno para enfrentar retos y responder a las demandas de la nación. Sin embargo, sería hasta el año 2004, cuando se crea una “Radio de los Ciudadanos”, para perfilarse como un espacio único en el cuadrante, como emisora de participación ciudadana.

Las estaciones que operaban hasta 1988 en la ciudad de México eran: XEB, “La B Grande de México”, estación nacional y familiar; XEMP, “Radio Información”, emisora informativa; XERIN, emisora infantil dedicada a los niños; XEQK, “La Hora Exacta”, emisora de servicio social; XHOF-FM “Estéreo Joven” dedicada a los jóvenes; XHIMER “Opus 94” dedicada a la música de grandes compositores e interpretes; XERM “Radio México Internacional” en onda corta a todo el mundo.(91)

En el interior de la República el IMER contaba con estaciones en Chiapas, Oaxaca, Baja California, Sonora, Chihuahua, Coahuila, Colima, Michoacán y Tlaxcala.

(90)Informe Sexenal de Teodoro Rentería, Director del Instituto Mexicano de la Radio, ante la Junta Directiva el 7 de noviembre de 1988. (Documentos básicos IMER)

(91) Fuente: Informe sexenal del C. Teodoro Rentería, Director General del Instituto Mexicano de la Radio, 7 de noviembre de 1988. Documentos básicos, IMER.

Una gran parte de la producción de los programas de estas emisoras eran a través de coproducciones con dependencias del Sector Público Federal, Estatal y Municipal, empresas paraestatales, organizaciones privadas, y sociales.

Un aspecto prioritario del IMER era la generación de recursos propios que por medio de la comercialización y otros ingresos le brindaban estabilidad financiera. A propósito de este punto, el Lic. Sergio Rivera, director de la Dirección de Comercialización del IMER, señala:

“el IMER es un organismo descentralizado del gobierno federal, es una institución que tiene la capacidad de generar recursos propios y de tener su propia junta de gobierno. Casos parecidos son por ejemplo, PEMEX, Comisión Federal de Electricidad o Luz y Fuerza del Centro que son empresas que generan ingresos para el erario Federal”.⁽⁹²⁾

En el caso básico del IMER los ingresos propios que genera, están destinados básicamente a reforzar las actividades sustantivas que realiza del Instituto, en el esquema actual aproximadamente un 70% de los ingresos son proporcionados por el gobierno federal y el 30% restante son proporcionados por la venta de servicios, es decir, es lo que le llamamos ingresos propios; de acuerdo con Sergio Rivera.

Así está integrado el presupuesto del IMER y evidentemente para tener ya un margen de ganancia el IMER tendría que sobrepasar constantemente la meta de ventas que le ha sido dictaminada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Precisamente el autofinanciamiento es un tema que continúa pendiente para los medios públicos, además de las condiciones para su estabilidad y desarrollo.

(92)Entrevista con el Lic. Sergio Rivera, Director de Comercialización del Instituto Mexicano de la Radio, Agosto 26, 2006. IMER.

Hemos presentado un breve panorama sobre el desarrollo y origen del IMER para establecer un contexto histórico que nos permita comprender la base en la que se desarrolla nuestro objeto de estudio, que es “La Radio de los Ciudadanos”. A continuación analizaremos los lineamientos internos que definen la estructura del Instituto.

3.1.3 OBJETIVOS DEL IMER

La radio constituye una de las formas más eficientes para comunicar mensajes, a través de este medio se puede dirigir información a un público específico con inmediatez, movilidad en casi cualquier ubicación. Juega un papel muy importante en el oyente, en sus ideas, sus decisiones, estilos de vida y por lo tanto en la vida social.

En el punto anterior se mencionó que el Instituto Mexicano de la Radio tiene como objetivos la búsqueda de la integración nacional y la descentralización de la cultura. Para lograr tales objetivos reúne una serie de principios y valores contemplados como parte de sus documentos básicos y presentados a través de su página oficial en internet.

El Instituto plantea como su misión el promover el desarrollo integral de la sociedad por medio de la producción, la programación y la transmisión de contenidos radiofónicos; estructurando así su *Declaración de Misión*, misma que contempla los siguientes puntos para el logro de su cometido:

- Define sus políticas de elaboración y programación de contenidos.
- Ofrece música, programas de contenido y servicio informativos.
- Difunde políticas públicas y campañas de beneficio social.
- Recoge y difunde la opinión ciudadana.
- Contribuye a la formación de profesionales de la radio.
- Brinda oportunidades a nuevos talentos.

- Da cabida a nuevas propuestas radiofónicas.
- Ofrece capacitación en temas radiofónicos.
- Resguarda, preserva y da acceso a los acervos sonoros y documentales bajo su custodia. (93)

Sus “Valores *Compartidos*”, reflejan claramente el perfil que rige al Instituto en su quehacer radiofónico. Se trata de un listado que contiene las características que estructuran la base del funcionamiento del IMER y los valores que se comparten entre el Instituto y el equipo de trabajo para una radio:

- De calidad, comprometida con la excelencia, que promueva la innovación, la creatividad y la mejora continua.
- Que estimule la imaginación, aliente la reflexión y genere disfrute y emoción en nuestros radioescuchas.
- Que brinde un servicio a sus audiencias, estimule su participación y se preocupe por conocer sus necesidades.
- Abierta, plural, tolerante e incluyente.
- Integra, honesta y transparente.
- Que haga uso eficiente y responsable de sus recursos.
- Que rinda cuentas.
- Comprometida con la independencia editorial.
- Que comunique con oportunidad, veracidad, equilibrio, respeto, claridad y agilidad.
- Que promueve la libertad de expresión.
- Que promueve el derecho a la información.
- Comprometida con el fomento de la cultura democrática y el respeto a los derechos civiles.
- Que propicia la comunicación interna y el trabajo en equipo
- Que reconoce la experiencia y las habilidades de su personal.
- Comprometida con la divulgación del conocimiento, ciencia y la cultura.
- Comprometida con la misión y los valores que nos hemos trazado.(94)

(93) Fuente: <http://www.imer.gob.mx/> Documentos básicos. septiembre 2006

(94) *Ibidem*

También podemos encontrar una serie de puntos que forman su “*Declaración de Visión*” y que presentan las aspiraciones del IMER como parte de su función de servicio público como grupo radiofónico en el logro de sus objetivos:

- Que cuente con legitimidad y credibilidad.
- Que tenga como garante e impulsor al Estado Mexicano.
- Que atienda a sus radioescuchas no como consumidores, sino como personas y ciudadanos.
- Que sea significativo y entrañable para sus radioescuchas.⁽⁹⁵⁾

Entre otras funciones al IMER se le asignó la tarea de “promover y coordinar las actividades radiofónicas del Estado en un solo organismo”⁽⁹⁶⁾, lo que significaba que todas las estaciones propiedad del gobierno a lo largo del territorio, estarían bajo el control del instituto, así como “la administración de recursos físicos, humanos y financieros, y la producción de bienes y servicios”.⁽⁹⁷⁾

De manera que el IMER opera de forma directa las estaciones que le fueron asignadas con la misión de hacer efectiva la práctica y eficiente la función administrativa de la radio estatal. Puede decirse que aunque no es el fin de este trabajo verificar su cabal cumplimiento, en términos generales los objetivos mencionados se cumplen en sus emisoras.

Por otra parte, la política de comunicación social del IMER contempla los siguientes principios y acciones:

“1. Que la radio contribuya al fortalecimiento de la soberanía y de la conciencia de la identidad nacional, mediante la formación de nuestros valores esenciales.

⁽⁹⁵⁾ *Ibid*

⁽⁹⁶⁾ Alma Rosa Alva de la Selva, *Op. Cit.*, p.67

⁽⁹⁷⁾ *Ibidem.*, p.67

2. Que la radio impulse las manifestaciones culturales que expresan los valores que dan forma a nuestra identidad y a nuestra vocación universal.
3. Que la radio proporcione información veraz, oportuna y coherente del acontecer contemporáneo.
4. Que la radio procure que la creación ofrecida sea de alta calidad y socialmente útil.
5. Que la radio se use con el propósito de ampliar y diversificar la participación ciudadana, así como orientar al consumidor para proteger su capacidad adquisitiva”.(98)

Para el cumplimiento de todos los puntos anteriores y su adecuado funcionamiento, el Instituto Mexicano de la Radio se integra por una dirección general, dirección de administración y finanzas, unidad jurídica, dirección del Sistema Nacional de Noticiarios, dirección de producción, dirección de investigación de la comunicación radiofónica, dirección de ingeniería, dirección de comercialización, dirección de radiodifusoras, radiodifusoras locales y foráneas y un órgano interno de control. Cada dirección forma parte de la estructura del instituto e interviene en el cumplimiento de sus objetivos.

3.1.4 EMISORAS

Actualmente el IMER se integra por diecisiete emisoras(99): siete de ellas se encuentran en el Distrito Federal y las otras diez en otros estados de la República. La programación de las estaciones del IMER se compone por programas hablados, musicales (en vivo y grabados), y también noticiosos.

(98) Judith Moreno Berry, “Tijuana Radio y Cultura Fronteriza”, en Rebeil Corella, Ma. Antonieta. et. al. *Perfiles del Cuadrante. Op. Cit.*, p.113-114.

(99) Véase en el anexo correspondiente, la referencia del número de estaciones a cargo del IMER en la página 134 del presente trabajo.

A continuación presentamos un listado de las estaciones que se encuentran bajo la dirección del IMER, así como las que se encuentran afiliadas al Instituto en el interior de la República.

Listado de emisoras locales

Gerente de XHOF, Orbita (105.7FM) Lic. Marcelo Lara Álvarez.	Permisiónaria
Gerente de XEMP, Orgullosamente Mexicana (710 AM) Lic. Jesús Sánchez Maldonado	Concesionaria
Gerente de XEDTL; La Radio de los Ciudadanos (660 AM) Lic. Héctor García Robledo	Concesionaria
Gerente de XEB, La B Grande de México, (1220 AM) Prof. Jesús Flores y Escalante	Concesionaria
Gerente de XEQK, La Hora Exacta (1350 AM, 9.555 OC) C. Olivia Ortiz Reyes	Concesionaria
Gerente de XHIMER, Opus 94 (94.5 FM) C. Amadeo Luís Nieto	Permisiónaria
Gerente de XHIMR, Horizonte 108 (107.9 FM) C. Sonia Laura Yáñez Sánchez	Permisiónaria

Listado de emisoras foráneas

Gerente de XECHZ, Radio Lagarto (1560 AM) Lic. Gabriela Morales Aceves	Permisiónaria
Gerente de XEMIT, La Voz de Balún Canan, (540 AM) Lic. Mario Escobar Gálvez	Permisiónaria
Gerente de XELAC, Radio Azul, (1560 AM) Lic. José Sonora Pacheco.	Concesionaria
Gerente de XERF, La Poderosa 15-70, (1570 AM) Lic. Heberto Pérez Espín	Concesionaria
Gerente de XHUAR, Orbita (106.7 FM) C. Luis Rosales Chávez	Permisiónaria

Gerente de XHUAN, Estéreo Frontera (102.5 FM) C. Sergio Dodero Torres	Permisionaria
Gerente de XECAH, La Popular 13-50, (1350AM) C. Godofredo Rodríguez Díaz	Permisionaria
Gerente de XHYUC, Radio Solidaridad, (92.9 FM) Lic. Laura Jarque Alonso	Permisionaria
Gerente de XHSCO, Estéreo Istmo, (96.3 FM) C. Favio Meltis González	Permisionaria
Gerente de XEFQ, La Voz de la Ciudad del Cobre, (980 AM) Concesionada C. Antonio Cázares Quiroga (100)	

Una de las características distintivas de estas emisoras es su diferencia en el papel social que cumplen los medios comerciales y los medios públicos, ya que estos últimos deben de ofrecer mejores programas acompañados de un alto contenido de tipo social, además de trascender a intereses comerciales, partidistas o de gobierno y cumplir con una verdadera función de servicio público.

De modo que la principal función de los medios de Estado, es la búsqueda de una consolidación social más participativa y responsable, sin alejarse de la población para quien sirven y fueron planeados. Y también responder, como reto continuo, a las demandas de los ciudadanos comunes ofreciendo foros y espacios abiertos para la expresión de sus ideas y sus propuestas procurando así, que los grupos sociales puedan ejercer su derecho a expresarse contribuyendo al mismo tiempo al desarrollo social, político, radiofónico y a la libertad de expresión a través de los medios de comunicación social.

(100) Fuente: <http://www.imer.gob.mx/> Documentos básicos/emisoras. Septiembre 2006
Política de Continuidad, autorizada por la Dirección General, que entró en vigor desde el 16 de octubre del 2006. IMER

De las siete emisoras que se encuentran a cargo del IMER en el D.F. podemos señalar que:

XHOF, “Orbita” (105.7FM), es la estación dedicada al público juvenil con la mayor parte de su programación transmitida en vivo y con música moderna en inglés y español, específicamente rock y rock alternativo; después de varios cambios en la estructura de la estación aspectos como la opinión del público, el esparcimiento, el servicio público se han desatendido por mantener un *rating* elevado.

Radio 710, Orgullosamente Mexicana (710 AM), transmite música de tipo popular como norteña, grupera, ranchera, banda, temas de antaño, distintivos de sectores populares de la sociedad. Realiza promociones, obsequios, eventos musicales, pero sus actividades no van más allá de ser una estación tradicional.

En el caso de XEDTL; “La Radio de los Ciudadanos” (660 AM), se enfoca al fomento de la participación ciudadana, el desarrollo social y de los lazos democráticos entre ciudadanía y Gobierno. Profundizaremos más en la descripción de la XEDTL en el siguiente capítulo.

La XEB, “La B Grande de México” (1220 AM), es una estación pionera de la radio en México dado que fue fundada en 1923. Es un espacio con programación que comprende desde bolero hasta balada romántica. También cuenta con programas de opinión, de servicio, entretenimiento y noticias.

La XEQK, “La Hora Exacta” (1350 AM), en sus inicios se dedicaba a proporcionar puntualmente la hora exacta. A partir del 2003 alojó a “La Radio de los Ciudadanos”, ahora regresó a su actividad inicial, sólo que además de proporcionar la hora presenta información variada. Es una emisora de servicio público que proporciona la hora, información y quizás poco atractiva por su programación, pero su valor es importante en la radio.

XHIMER, “Opus 94” (94.5 FM), emisora con programación musical, difunde y promociona música artística que va desde medieval hasta compositores mexicanos. Cuenta con programas especializados, noticias, culturales y de promoción del diálogo.

Hemos llegado a XHIMR, “Horizonte 108” (107.9 FM), estación con programación compuesta por música jazz y ritmos alternos como el New Age, Blues, Bossa Nova, World Music, programas de contenido e informativos. Estación dirigida a un público adulto, además presenta géneros musicales como el Chill out, Free Jazz y Acid Jazz.

Por medio de estas emisoras el IMER tiene que presentar una propuesta que sea a la vez útil y atractiva para mantener una posición estable ante las estaciones concesionadas y ser competitiva en cuanto a calidad, por eso en esta administración específicamente, el Lic. Sergio Rivera nos comenta:

“Se ha hecho un esfuerzo importante por recuperar los niveles de audiencia de nuestras estaciones, esto implica que el IMER tenga una participación en el mercado mucho más efectiva, mucho más trascendente, por tanto implica que el IMER sea en efecto competencia con la radio comercial por lo menos en el terreno de las audiencias”.

Desde el punto de vista financiero, el IMER no compite con las emisoras comerciales puesto que no tiene la pretensión de hacer una radio lucrativa que esté enfocada directamente a la generación de ganancias. Sus ingresos se utilizan para al operación misma del Instituto, para generar nuevos programas, para fortalecer la programación de las estaciones, entonces no tiene un fin comercial como tal, “aunque el IMER tuviera ganancias todo ese dinero se emplearía finalmente en el mismo IMER, no es para repartir utilidades y dividendos”, añade el licenciado Sergio Rivera.

Entonces podemos entender que se trata de una radio que está básicamente enfocada a proporcionar a los radioescuchas contenidos y a promover su misión, el desarrollo integral de la sociedad a través de la transmisión de programas y campañas dirigidos hacia ese tema, por lo tanto es una radio que no persigue un fin comercial en estricto, pero sí busca tener audiencia e incrementar su nivel de participación en el mercado radiofónico, específicamente en la consigna de tener cada vez más radioescuchas.

A pesar de la existencia del Instituto Mexicano de la Radio y sus emisoras los ciudadanos siguen siendo sólo receptores de mensajes y reciben una información demasiado procesada que empobrece y dificulta el derecho común de todos los ciudadanos a recibir información clara y precisa como parte de un proceso comunicativo eficiente.

Las estaciones a cargo del IMER representan el intento más cercano de la radio gubernamental o estatal para ofrecer otra alternativa con programaciones diferentes a la radio comercial, intentando abordar temáticas como cultura, orientación, entretenimiento, educación, información, música y deportes, pero aún falta mucho por avanzar en materia radio de servicio público.

Por otra parte, la radio se encuentra en todas partes, sólo basta encender un aparato receptor para que nos acompañe en el hogar, trabajo o automóvil. Con una programación compuesta por diferentes estilos musicales y programas, mucho depende de la selección de la emisora para contar con contenidos útiles.

Es por eso que el siguiente punto se describe el quehacer radiofónico como parte del proceso que sigue la radio para transmitir mensajes y ofrecer propuestas. Una parte es el papel social de la radio, y otra es el proceso creativo que la hace posible, consideramos necesario analizar estos pasos o etapas para estructurar una visión más completa de la radio como proceso teórico, práctico y creativo. A continuación hablaremos sobre el proceso de la producción radiofónica.

3.2 PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA

Los medios de comunicación juegan un papel valioso para el entorno social en el que se encuentren, capaces de transmitir ideas, valores, gustos e incluso satisfacer ciertas necesidades; la radio ha sido aceptada como un componente de la vida diaria, pero cómo se logra este efecto. A continuación analizaremos los pasos y elementos que forman parte del proceso radiofónico y través de los cuales es posible la magia de la radio.

3.2.1 EL PROCESO DE LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA

De acuerdo con Pilar Vitoria, en el proceso de la producción radiofónica “todo el personal de una radiodifusora –desde el director, el musicalizador, el operador, hasta los locutores- conforman un equipo humano, que con la ayuda de un equipo técnico, cumple un objetivo: comunicar mensajes de radio a un público oyente”.(101) La producción radiofónica es un proceso que involucra muchos aspectos desde técnicos hasta creativos, una producción radiofónica involucra por lo tanto elementos tales como la voz, la música y efectos para lograr crear un lenguaje radiofónico capaz de transmitir distintos mensajes.

De acuerdo con la definición presentada por Teodoro Villegas, “la producción: *acción, modo y efecto de producir un programa para radio, cine o televisión./ Por extensión, dicese a veces del programa mismo./ Equipo encargado de poner al servicio del equipo de realización los equipos y personas necesarias, así como de llevar el control de presupuestos y gastos de un programa. (Diccionarios de Radio y Televisión. Cebrián, M., Ed. Alhambra).*”(102)

(101) Pilar Vitoria, “*Técnicas básicas*”, *Producción Radiofónica*, México D.F., Trillas, Segunda reimpresión mayo 2004, p.111

(102) Teodoro Villegas, et. al., *El Sonido de la Radio*, México, IMER, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, p.165

Por otra parte Pilar Vitoria en su libro, “Producción radiofónica, Técnicas básicas”, presenta la siguiente definición con respecto a un programa radiofónico: “programa de radio es un tiempo cuyos límites han sido previamente determinados –y habitualmente sometidos a una cierta periodicidad durante el que difunden bajo un mismo título mensajes que en sí mismos y en su presentación formal mantienen una unidad de criterio y se adaptan con calidad a las peculiaridades del canal radiofónico”.(103)

Así que podemos percibir que la producción es un trabajo en equipo en donde la organización, la disciplina, la responsabilidad, la eficiencia y la creatividad entre otros muchos elementos, cumplen con una función primordial en dicho proceso. Estos elementos cuentan con un espacio práctico que es la radio, medio a través del cual se pueden exponer ideas, conceptos, emociones, descripciones, ambientar y transmitir mensajes diversos, acordes a una realidad social articulando una realidad auditiva.

De manera que la radio tiene la capacidad de reflejar su entorno social empleando para ello el lenguaje radiofónico que con creatividad, responsabilidad y el uso del sonido (vibración de cuerpos que producen ondas que viajan en el espacio), permite lograr una recreación de la realidad por medio del proceso de producción.

A continuación detallaremos formas de inserción básicas en la radio, que permiten el uso de la creatividad en el proceso de producción radiofónica.

Iniciaremos con la *cortina*, que tiene la función de separar escenas, atmósferas emotivas, información o comentario de la misma. El *puente*, es la forma adecuada para unir dos ideas o dos escenas, el paso de un lugar a otro, así como el paso del tiempo. Para acentuar hechos, actitudes y escenas se emplea la *ráfaga*, que es un fragmento musical corto y ágil que además ubica

(103) Veáse: Pilar, Vitoria, “Técnicas básicas”, *Producción Radiofónica*, Op. Cit. p.108

paso del tiempo. El *golpe* es la última forma de inserción que se emplea para acentuar por medios de subrayados musicales o percusiones.(104)

Una vez mencionados los elementos anteriores, continuaremos con un punto de gran importancia en la producción, se trata del Proceso Creativo.

En el **Proceso Creativo** se generan y jerarquizan todas las ideas útiles para la selección de un tema, su investigación y desarrollo para la elaboración de un producto. De la organización de las ideas se procede a la redacción de la sinopsis, es decir, el texto primario en el que se plantea todo lo que se pretende exponer sobre el tema seleccionado. “El proceso de producción de un programa de radio se inicia con una idea. Ésta puede ser sugerida por el jefe de producción, por el productor o por el periodista... independientemente de quien genere la idea ésta debe cumplir ciertos requisitos. La delimitación del tiempo, el público específico, los objetivos de la comunicación, los contenidos, el horario, el título, la estructura, el formato y las secciones”.(105)

De manera que el siguiente paso es determinar a quién va a ser dirigido el anuncio o programa para así determinar las características que debe llevar la información, su orden, su género y el lenguaje que deberá utilizarse. El conjunto de toda esta información nos permitirá, junto con la base de la investigación realizada y la sinopsis, la realización de un **guión literario**, es decir, una estructura que es interna al contemplar aspectos como objetivos del producto, el público a quién va dirigido, el tema en discusión y todos los elementos necesarios para su desarrollo. Se divide en externo cuando concentra la información seleccionada y ordenada, el tipo de lenguaje a utilizar, así como su tono y estilo. Apoyándonos en la propuesta del principio dramático de composición, el guión debe de contar, como parte de su estructura básica con un *inicio*, lo suficientemente contundente y atractivo para atraer la atención del público, *desarrollo del tema*, por medio de los argumentos lógicos y

(104) Teodoro Villegas, *Op. Cit.*, p.169

(105) Veáse: Pilar, Vitoria, “*Técnicas básicas*”, *Producción Radiofónica*, *Op. Cit.*, p.112

adecuados para llegar al *clímax*, momento culminante del programa o producto que a su vez prepare al oyente para el *desenlace* de la propuesta para ganar su atención, mantener su interés y su reflexión sobre el tema presentado.(106)

De acuerdo con Pilar Vitoria, “una vez que hemos recopilado y analizado la información y los recursos sonoros que necesitamos para transmitir determinado programa de radio, ya sabemos en qué forma lo presentaremos, quién es nuestro auditorio, y contamos con un esquema previo del orden en que ofrecemos esa información y de los recursos sonoros... es decir, el guión de una producción radiofónica”. En otras palabras en un guión “se indica quién dice qué; cuándo lo dice; el momento en que debe escucharse música fúnebre; cómo se ha de leer determinado párrafo; los segundos de duración de la lluvia deseada en una escena, y quien ejecuta cada acción”.(107) Podemos entender entonces que el guión radiofónico es la base del proceso de la producción, es la guía del trabajo organizado y planeado para lograr y llevar a cabo un programa de radio o una producción radiofónica.

El guión es una parte esencial en el trabajo radiofónico y para definir un poco más su función podemos añadir que “el guión es el que proporciona la información precisa a cada ejecutante, cada expedicionario, distinguiendo con claridad los campos ante todo; después, a quién corresponde la indicación en cada campo; y luego concretando qué es lo que se ha de hacer y cómo hacerlo... incluye por lo tanto, instrucciones (quién, qué, cuándo, cómo y dónde).” (108)

(106) Teodoro Villegas, *Op. Cit.*, p. 172-173

(107) Pilar Vitoria, “*Técnicas básicas*”, *Producción Radiofónica*, *Op. Cit.*, p.95

(108) Miguel Angel Ortiz y Federico Volpini, “*Guiones, géneros y fórmulas*”, *Diseño de programas en radio*, España, Paidós, 1º edición 1995, p. 29.

Continuamos con el proceso de **Preproducción**, que involucra elementos de tipo técnicos creativos. Primeramente se debe mantener el orden con respecto a la utilización del sonido para la recreación de diferentes situaciones sonoras, su variedad (simultaneidad) y su orden de aparición (concatenación). La utilización de los sonidos nos permitirá otorgar distintos planos de profundidad (acercar o alejar los sonidos) a las escenas, los actos, las voces y los efectos empleados. El orden para estos planos puede ser primer plano o de presencia (protagonista), segundo plano o de relación directa (personajes cercanos a la escena), tercer plano o de referencia (ubica un contexto) y ambientación (fondo pertinente a cada escena). Este tipo de efectos se realizan a través de disolvencias y mezclas, para la entrada y salida de música acompañada de efectos, y también para mezclar voz, efecto, música, efecto o voz, recreando una realidad más elaborada. (109)

Dentro de los aspectos técnicos del proceso de *pre-producción* encontramos al **guión técnico**, dirigido al equipo de realización por incluir la organización de los elementos del lenguaje radiofónico además de la estructura sonora. La información del *guión técnico* debe estar organizada de manera lógica y racional con la mayor precisión posible con respecto a la aparición y efecto de los sonidos. La estructura del guión técnico consta de una *cabeza*, que incluye los datos y las acciones a realizar del programa y el *cuerpo*, que consta del desarrollo del programa.(110)

Después de contar con el guión técnico, la interrelación entre el equipo humano y el equipo técnico es fundamental, “apoyándose en el esquema detallado y preciso de la emisión, que comprende el texto hablado, la música que se va a incluir y los efectos sonoros que se insertarán e indica el momento preciso en que se debe escuchar cada cosa”.(111) El equipo humano debe estar compuesto por un operador, efectista, locutor, voces, guionista, musicali-

(109) Teodoro Villegas, *Op. Cit.*, p.175.

(110) *Ibidem.*, p.179

(111) Fernando Curiel, “*La escritura radiofónica*”, *Manual para guionistas*, México D.F., FCPyS UNAM, 1988, p.65

zador y ya sea un director, realizador o productor. El equipo técnico contempla desde micrófonos, estudio, aparatos reproductores, computadoras, hasta la cinta o discos compactos para la grabación.

Reunidos todos los elementos mencionados se procede a la etapa de **Realización radiofónica**, es el momento de la acción, de llevar a cabo la idea con la guía del guión para su grabación. Este procedimiento puede ser de dos maneras, dependiendo del productor a cargo; puede ser en *frío*, es decir, la grabación de voces y efectos sonoros solos para después mezclarlos con la música y los efectos ambientales previamente seleccionados. Por otra parte la grabación en *caliente*, consiste en la grabación de todos los elementos al mismo tiempo.⁽¹¹²⁾

Una vez superada esta etapa llegamos a la **Pos-producción**, en donde se lleva a cabo la edición del material, es decir, la corrección de errores, eliminación de pausas, ajuste de tiempos, supresión de elementos, así como aumento de los mismos. En esta etapa todo el equipo de producción revisará el material para dar por cubiertas las expectativas esperadas y ser transmitido como parte de la programación de alguna emisora.⁽¹¹³⁾

Hemos presentado una descripción básica, pero precisa sobre el proceso de la producción radiofónica aplicable a cualquier modelo radiofónico y que nos acerca al quehacer de una emisora que inició sus transmisiones en el 1350 de amplitud modulada en la ciudad de México: “La Radio de los Ciudadanos”, emisora que representa un espacio radiofónico muy característico en todo el cuadrante ya que se trata de un proyecto que fomenta la participación ciudadana, o al menos con ese objetivo fue creada.

(112) Teodoro Villegas, *Op. Cit.*, p.185

(113)Veáse: Teodoro Villegas, *El Sonido de la radio*. p.190

3.2.2 PRODUCIENDO UNA RADIO DIFERENTE

Decimos que es una radio diferente porque se trata de una emisora que no pertenece a la empresa privada, por lo tanto no se le puede considerar comercial, es una estación bajo la dirección del Instituto Mexicano de la Radio y que le otorga mayor atención a los asuntos de la vida social. Se erige como un espacio que informa a los oyentes sobre temas de interés social y cultural, sobre los partidos y procesos políticos; entre su carta programática podemos encontrar temas referentes a la información y orientación, participación ciudadana, salud y derechos, música y una gran cantidad de programas que pueden favorecer al desarrollo social.

Pero ante estas características surge una duda inquietante, ¿de quién entonces es “La Radio de los Ciudadanos”, ¿quiénes son sus propietarios y cómo la manejan? Para despejar esta incógnita el Lic. Héctor García Robles, Gerente de la XDTL, “La Radio de los Ciudadanos”, nos comenta:

“Es una pregunta capciosa, porque realmente tratamos de que les sirva a las organizaciones, pero también que formen nueva audiencia, que construya audiencia, otro tipo de audiencia en donde como dice Virgilio Caballero, *se respete la inteligencia del radio escucha, no se ofenda su inteligencia*. Que se respete el derecho de réplica, que se le brinde facilidades para que puedan opinar, para que puedan participar”.

Otra característica con respecto a este tema es que los concursos que se han hecho con comisiones evaluadoras independientes han transparentado el ingreso de programas. Reitera el gerente:

“Los programas han entrado por concurso, que es también otra garantía de transparencia o de equidad. Tú tienes derecho también de réplica y la agenda temática es amplia, tiene un Consejo que ahora pretende constituirse en *ombudsman*, que ha vigilado el desarrollo del proyecto y que ha dictado las políticas de programación, y con un respaldo institucional”.

Desde este punto de vista podríamos considerar a “La Radio de los Ciudadanos” como una especie de patrimonio nacional, por ser de interés público, “el grupo IMER así es y yo creo que ha servido a muchas organizaciones y pretende construir audiencia”, señaló el gerente de la estación.

De modo que en la producción de cada uno de los programas que forman parte de la emisora, participan los respectivos integrantes de los equipos de trabajo, es decir, ciudadanos que aportan opiniones, trabajan en los contenidos, en la conducción de alguna sección o todo el programa, y que se apoyan en el manejo del equipo técnico para llevar a cabo sus realizaciones para ser transmitidos al aire y presentar una propuesta distinta.

Por su parte, el Maestro Manuel Enrique Paniagua Cervantes, Subdirector de Redes Temáticas; Unidad para el Desarrollo Jurídico de la Secretaría de Gobernación, opina sobre la pregunta anterior realizada al gerente de la XDTL:

“La Radio Ciudadana está puesta a disposición de la sociedad y administrada como una entidad desconcentrada por el gobierno federal. No es una estación comercial, sino forma parte del Instituto Mexicano de la Radio. De tal manera los verdaderos dueños son los ciudadanos mexicanos”.

Al ser una radio ciudadana, lo más lógico es que los ciudadanos sean los propietarios en cierta forma, ya que ellos participan con sus proyectos en la programación de la estación, pueden opinar y verse beneficiados. Aunque al ser una radio pública también necesita de una administración capaz de mantenerla en funcionamiento y disponible para los mismos ciudadanos.

Más de setenta programas, cada uno de ellos con un equipo de trabajo diferente, se organizan investigando, redactando, armando entrevistas y haciendo uso de la radio como el medio de comunicación que debería de tener

más cercanía con la población; no un aparato receptor en el hogar o en el trabajo para sólo escuchar comerciales, sino interactuar con una radio que tenga algo más que ofrecer que anuncios de sus patrocinadores. “La Radio de los Ciudadanos” demuestra que la producción radiofónica puede ser una herramienta eficaz en el proceso de desarrollo social y democrático que tanto necesita nuestra sociedad y que no es un proceso que deba ser ajeno a los mismos ciudadanos, tomando en consideración que no sólo se trata de hacer una radio eficiente y con calidad, sino de utilidad y adecuada a las necesidades de sus oyentes.

Un grupo de ciudadanos creen en la radio y se esfuerzan por demostrar que una radio producida por miembros de agrupaciones civiles, puede ser participativa, intentar estar pendiente de la diversas problemáticas con relación a la política, la economía, la cultura y con los mismos ciudadanos. Organizaciones sociales y civiles, de educación superior, que tienen el compromiso de cubrir los tiempos establecidos con los contenidos y formas adecuadas para darle sentido a este proyecto social.

En otra parte del complejo proceso se encuentran todos aquellos integrantes del equipo del IMER como directivos, gerente, productores, operadores, locutores, entre otros, que se involucran en la realización del proyecto de comunicación radiofónica.

Es necesario mencionar que el Instituto cubre los costos de transmisión y producción de los programas, los integrantes de cada programa estructuran el equipo humano de trabajo; el IMER también cubre costos de cursos de capacitación y talleres sobre locución, producción e investigación de contextos, narrativas, programación y aspectos relevantes en producción radiofónica.

El siguiente capítulo de nuestra investigación se lo dedicamos a esta opción radiofónica de la que estamos hablando, “*La Radio de los Ciudadanos*”, debido a su papel dentro de la sociedad, como una alternativa para fomentar la participación ciudadana en los medios de comunicación y muestra del avance que se ha tenido en materia radiofónica en nuestro país.

CAPÍTULO 4

“LA RADIO DE LOS CIUDADANOS”

“La Radio de los Ciudadanos” inició sus transmisiones formalmente el 1 de abril del 2003, teniendo como punto de partida la promoción de los valores de la cultura democrática por medio de la participación ciudadana. Mucho se ha especulado sobre el verdadero origen de la emisora, cuando a finales del 2002 la propuesta estructurada por diversas organizaciones civiles para una nueva ley de medios electrónicos, fue ignorada y rechazada por medio de un Decreto Presidencial el 10 de octubre.

A pesar de meses de diálogo por parte de las organizaciones sociales con la Secretaría de Gobernación, sobre la propuesta de la nueva ley de medios, los cambios que establecía el “decretazo” al reglamento de la *Ley Federal de Radio y Televisión*, eran opuestos a lo presentado en la Mesa de Diálogo.

La propuesta de transformar a una de las estaciones del IMER, en una emisora ciudadana, se interpretó como una estrategia gubernamental para evitar la democratización de los medios de comunicación electrónicos y la nueva ley de medios, previamente propuesta por los grupos interesados en la participación ciudadana.

Esta política del gobierno ofrecía una supuesta apertura ciudadana a través de una emisora del IMER que no precisamente era la mejor. Varias organizaciones civiles y sociales decidieron participar con series y programas, pero muchas otras no, por no legitimar a la política de gobierno que no admitía las demandas de democratización con respecto a los medios electrónicos.

Sin embargo, el demostrar en la vía de los hechos la necesidad y la posibilidad de que los medios de Estado pueden ser medios públicos, a través de la participación ciudadana, cumpliendo su papel de servicio público, puede ser la

muestra inicial para la democratización de los medios y que los ciudadanos tengan espacios abiertos para expresarse y opinar libremente.

Como se trataba de una emisora del IMER, era fundamental el garantizar la libertad de expresión y como en muchos casos las últimas decisiones siempre quedaban en manos de las autoridades o personas alejadas de los proyectos ciudadanos. Se creó un Consejo de Programación que abogara por el uso de la infraestructura y de transmisión para los grupos ciudadanos, para procurar la apertura de tal espacio para la colectividad social, y no se pierda la identidad del proyecto, pero las decisiones finales, así como la política de la estación siempre estarán bajo el control del Instituto.

Entonces se está hablando solamente de la ciudadanización de una emisora pública, es decir, el ocupar una frecuencia de Estado para tratar de hacerla pública abriendo los micrófonos a los ciudadanos más capacitados. Porque una radio ciudadana es precisamente un proyecto ciudadano para la sociedad, sin ser un proyecto ni político, ni partidista por su naturaleza de ser una propuesta social que se identifica plenamente con el contexto social y político en el que surge. Una radio ciudadana garantiza la participación ciudadana, es plural, representativa de todos los sectores sociales, abierta a todas las opiniones y es coordinada por los mismos ciudadanos.

Es gratificante el intentar que un medio oficial se convierta en un medio público, que responda a las demandas ciudadanas, procure la participación directa y la democratización de los medios, así como la necesidad de una justa reglamentación en materia de medios de comunicación.

A lo largo de los puntos siguientes se aborda el contexto en el que surgió “La Radio de los Ciudadanos”, su desarrollo, y la visión que se tenía del proyecto desde la Secretaría de Gobernación para promoverlo como un proyecto ciudadano, y la visión actual de su gerencia.

4.1 EL OTRO MODELO RADIOFÓNICO

Los medios de comunicación colectivos se han transformado en un gran poder desde el punto de vista ideológico dentro de nuestra sociedad. No es de extrañar que los medios de información formen un centro de poder ideológico y político en nuestro país; primero pasaron de ser medios de difusión a una especie de instituciones de socialización, luego se convirtieron en un elemento de poder político y ahora son la intersección del poder mismo.

En este contexto dentro de la práctica radiofónica, encontramos que la participación social ha tenido muy poca intervención especialmente en los canales electrónicos. La mayor parte de las demandas y expresión de intereses por parte de los movimientos sociales se ha registrado a través de los medios impresos. Tal situación se debe a que los medios de comunicación han quedado condicionados a un contexto económico y político que sólo beneficia a propietarios o representantes del capital interno y trasnacional, el mejor ejemplo para lo antes mencionado es la radio, que se encuentra monopolizada comercialmente y concentrada en 14 familias. De modo que la mayoría de la población no tiene acceso a los medios de comunicación masiva para exponer sus necesidades, ni para integrarse a los procesos de gestión pública, y mucho menos en la radio, que se ha desarrollado dentro de un esquema mercantil que le ha permitido su expansión e influencia, así que no se disponen de espacios radiales para plantear y discutir problemáticas particulares o comunes.⁽¹¹⁴⁾

La influencia de los intereses comerciales y las desventajas legales en los medios de comunicación han fortalecido los aspectos comerciales de la radio como una industria privada e ignorado su capacidad de desarrollo social, cultural y creativo.

(114) Véase: *La Impunidad en México*, Comisión Mexicana de Defensa y Promoción de los Derechos Humanos, Comisión Interamericana de Derechos Humanos, México, D.F., 26 febrero del 2003. p.45

Nota: La entonces Directora General del Instituto Mexicano de la Radio, Dolores Béistegui, no accedió a una entrevista sobre la labor que desempeña "La Radio de los Ciudadanos".

En esta misma línea, el gerente de la XEDTL, “La Radio de los Ciudadanos”, en la entrevista realizada para el desarrollo de esta investigación, opina que:

“... la reglamentación de la radio y de la televisión la maquillaron, le dieron una polveada, pero en el interés económico cancelan las posibilidades de la radio de servicio público, de la radio comunitaria, de la radio indigenista, porque la dejan sin un respaldo jurídico, no le conceden ningún derecho, ni siquiera la contemplan en su redacción, la desaparecen en el papel, le otorgan toda la facilidad de adueñarse de todo el espectro radioeléctrico a tres entidades: Televisa, Televisión Azteca y Carlos Slim, que ya va a invertir en medios de comunicación”.

En la perspectiva de Héctor García, no hay posibilidades de que la radio pública, comunitaria o indígena exista, si no hay un cambio en la política de Estado. Y en esta temática “La Radio de los Ciudadanos” desaparecería también, porque ya no está jurídicamente sustentada, se mantiene al borde de la ilegalidad, y no está considerada en los presupuestos. Reconvertir una estación, de acuerdo a cálculos del área de ingeniería del IMER, tiene un costo de \$500,000 dólares, medio millón de dólares para las 17 estaciones que tiene el Instituto, el Congreso que no leyó la iniciativa en la Cámara de Diputados y la Cámara de Senadores, que la aprobó de una manera rápida, no van aportar ese dinero, agregó el gerente.

De manera que el plan sería que se monopolicen los medios por estos tres empresarios y que además se monopolice el sentido del discurso. Se coartan las posibilidades de expresión de todos, comercializan los espacios en beneficios de unos cuantos y se cancela cualquier diálogo nacional, “porque el Congreso no escucha y no ve”. Como resultado de esta dinámica, la sociedad no cuenta con los derechos ciudadanos básicos en materia de comunicación, en un sistema mediático cerrado para el servicio público y que fomenta la práctica comercial de la radiodifusión.

Son los mismos intereses comerciales los que deciden cómo y cuándo la sociedad civil participará en los medios, y sólo para participar en la programación como apoyo para elevar sus niveles de *rating*, sin ser considerados como generadores de opinión, ignorando su derecho a un espacio colectivo de participación ciudadana y de libertad de expresión. Al respecto el maestro Paniagua puntualiza:

“Considero que estas reformas no benefician a la radio de Estado ni a la radio comunitaria, ni la competencia sana de la radio comercial. Se requiere reconsiderar y lograr una iniciativa que proyecte una proliferación de medios masivos de comunicación que garanticen la libre expresión y autogestión de crecientes números de organizaciones sociales y ciudadanos interesados”.

En los medios concesionados, la comunicación colectiva no se encuentra al servicio del desarrollo social ni de la democratización de los medios de comunicación masiva, sólo velan por el desarrollo de los intereses económicos y el fortalecimiento de su influencia en el poder político como única prioridad; mientras tanto los habitantes cuentan con la última forma de participación que se les ofrece, la de estar al servicio de su propuesta de consumo (venta-compra) y la de encender y apagar la radio.

Otra parte fundamental en este contexto es el sistema político que ha favorecido, hasta nuestros días, al modelo de comunicación mercantil y ha descuidado a los medios públicos en el contexto de sus políticas gubernamentales. Muchos medios públicos se han convertido en simples canales propagandísticos a favor de determinados intereses y muy pocos se han convertido en medios de Estado.

Ante este panorama, la necesidad de crear medios públicos para la sociedad civil es cada vez mayor, espacios en donde participen los grupos civiles de forma constante y directa, pero lo más importante es que sean instituciones reconocidas en las leyes, ya que de lo contrario su continuidad sería dudosa,

tal es el caso de algunas radios comunitarias y libres que mencionamos en los primeros capítulos.

La sociedad necesita medios que le permitan a los diferentes sectores y personas comunicarse, la radio que necesita la sociedad es una radio que les de un libre acceso para que puedan expresar sus opiniones, para que puedan también hacer sus propuestas, para que puedan comentar asuntos cotidianos.

El aspecto negativo es que en México, la radio se ha desarrollado con un plan de negocios, la radio comercial, entonces venden cada segmento del espacio y lo que no les reditúa en ganancias, no les interesa y usan la atención de los públicos para promocionar su *rating* y venderlo a los anunciantes.

El gerente de la XEDTL destaca lo siguiente sobre dicha temática:

“La radio cultural ha hecho un esfuerzo por abrir más los espacios a otros temas de interés, para abrir espacios a las organizaciones, a las universidades, a los grupos sociales, entonces lo que necesitamos es una radio que esté abierta a la participación, que sea más plural no en nombre de las personas sino de las ideas, en las posiciones políticas, una radio que sea divertida, una radio que use la tecnología disponible. Todavía los productores y creativos de la radio no la emplean en todo su potencial, todavía en cuestiones creativas hay una deuda que saldar en algún momento”.

Otro aspecto de importancia es que no se conviertan en formas de control político a favor del Estado para dejar de ser una alternativa de desarrollo democrático, de conducción y organización de la participación ciudadana. Por todo ello, destaca la importancia de una emisora cuya finalidad es “promover la cultura democrática y de participación cívica, a través de la emisión de contenidos programáticos en formatos innovadores de comunicación radiofó-

nica que estimulen el conocimiento, análisis y solución de los asuntos de interés público”. (115) Se trata de “La Radio de los Ciudadanos”, un modelo de comunicación que contribuye a crear un proyecto de participación en comunicación radiofónica.

Esta emisora constituye un espacio público mediático para que los ciudadanos participen en el proceso de transición democrática, con las condiciones jurídicas y políticas necesarias para la pluralidad de ideas como parte de la responsabilidad del Estado.

Es evidente que nuestra sociedad necesita de una radio que la refleje en sus más nobles aspiraciones. Por lo tanto, debe ser moderna, plural, abierta y concentradora de las más importantes participaciones de la sociedad en su conjunto. La radio debe modernizarse con los avances técnicos que sirvan para eslabonar los miembros de la sociedad civil y los gobiernos.

El maestro Manuel Paniagua opina al respecto que:

“Hoy día, su uso simultáneo con las bondades que el Internet ofrece, le posibilita grandes oportunidades de alcance, intercambio y retroalimentación con los radioescuchas de la transmisión tanto al *aire*, así como la transmisión vía la red virtual. La radio requiere estar eternamente alcanzando a la sociedad y sus tecnologías en su implacable desarrollo”.

Se requiere una radio moderna que se apoye en el uso de las tecnologías aplicables a favor de su desarrollo, pero para servir, para ser más eficiente y productiva, y no sólo para ser más atractiva y sofisticada ignorando o desaprovechando todas las ventajas que le confiere el uso de nuevas tecnologías.

(115) Fuente: *Misión, Visión y Objetivos de la XEQK: La Radio de los Ciudadanos*, 7° Reunión del Consejo de Programación, Radio de los Ciudadanos, México, D.F., 21 de mayo del 2003, p.1

A continuación profundizaremos en la estructura de “La Radio de los Ciudadanos”, para adquirir una visión general de este proyecto que debe ser garantizado por el Estado y apoyado por la sociedad civil como un modelo de expresión y participación en el espacio público colectivo dentro de los medios de difusión masiva.

4.2 EL PROYECTO

Los medios de comunicación forman un elemento fundamental en la comunicación y el diálogo social, la cuestión política y la dinámica social de la nación. A través de la libertad de expresión y la pluralidad, los medios de comunicación tienen que desempeñar su importante función en la democratización social, garantizando a la vez el derecho a informar y a ser informados.

En la aparente procuración de garantizar medios públicos alejados de los intereses comerciales, y fomentando la participación de la comunidad, surgió “La Radio de los Ciudadanos”; “uno de los grandes retos para los medios electrónicos del Estado es, precisamente responder efectivamente a las necesidades del ciudadano. No estar al servicio del gobierno, sino al servicio del Estado, que es algo muy diferente; y no de cualquier Estado, de un Estado democrático, de un Estado social, que promueve precisamente esa participación plural, puesto que es su punto de partida, el punto de partida de la democracia”.(116)

Así que al fortalecer a la comunicación social, se fomenta la participación ciudadana y por lo tanto se fortalece la democracia. Entonces “en el caso particular de la Radio, esto implica servir a los radioescuchas, pensar en ellos, suscitar su interés, y promover los valores propios de una democracia; el primero de ellos, la libertad; pero también la igualdad, y sobre todo, la tolerancia, el respeto al otro”.(117)

(116) Palabras pronunciadas por el ex secretario de gobernación, Santiago Creel Miranda, en la ceremonia de instalación del Consejo de Programación de la XEQK, en el salón Juárez de la Secretaría de Gobernación el 27 de noviembre del 2002. Incluido en el libro: *La Radio de los Ciudadanos, a un año de creación*. México, D.F., 1° edición, 2004. p.45-46

(117) *Ibidem.*, p.46

Para lograr estos objetivos se planteó que la programación de “La Radio de los Ciudadanos” y en general de todas las estaciones bajo la dirección del IMER, logaran cubrir las expectativas con respecto a una programación atractiva, de calidad, con una pluralidad y respeto de acuerdo a los valores democráticos.

De modo que podemos entender que su objetivo es que “a través del acceso ciudadano a los medios, la sociedad pueda expresarse de manera libre, en toda su riqueza cultural y en toda su pluralidad política y social. Al mismo tiempo, este proyecto incentivará el desarrollo independiente de la producción radiofónica”. (118)

“La Radio de los Ciudadanos” favorece a que los integrantes, organizaciones civiles, e instituciones de educación superior, establezcan las pautas para estructurar la programación de la emisora, una programación abierta, plural, democrática y atractiva al público oyente.

Al respecto el gerente comentó en la entrevista:

“Lo que nosotros queremos es establecer un nuevo modelo, en principio queremos radio participantes que no hablen nada más con el anzuelo del premio o del castigo, nosotros no promovemos la estación con premios, no hacemos ese tipo de promociones, ocasionalmente se regalan libros, revistas, discos, entradas para espectáculos, pero no es como principio de acción para atraer públicos, ese tipo de promoción comercial”.

Añadió el gerente:

“En segundo lugar, queremos ofrecer una agenda temática amplia, hablamos de sexualidad, hablamos de cuestiones género, hablamos de personas en situación de minusvalía, tratamos a grupos vulnerables (niños de la calle), hay dos programas para personas de la tercera edad, en fin hablamos de medio ambiente, de cine, de teatro, de libros de historia, hablamos de música”.

(118) *Ibid.*, p.46.

Lo que debe de tener la radio, además de estar abierta y permitir un libre acceso a la gente, como se mencionó anteriormente, es no segmentar ni etiquetar a la gente por intereses de mercado, y ofrecerle una agenda amplia, que se escuchen muchos temas y también que se escuche música de calidad.

Así como no limitarse a los modelos de comercialización, intereses económicos. A decir del Lic. Héctor García:

“Nosotros programamos la música que creemos es la mejor para nuestro auditorio y tenemos un amplio repertorio más de 1,500 canciones que estamos rotando, cuando hay estaciones comerciales que programan con 40 ó 60 canciones que repiten hasta seis veces en un día por intereses comerciales, ellos tratan de imponer autores o intérpretes, nosotros queremos ofrecer un panorama amplio de lo que es la música en español, de cantautores llamada trova”.

Con estas iniciativas y el trabajo de la sociedad civil, se compone un intento de hacer política de otra manera en nuestro país, es una forma de intervención en la toma de decisiones sociales.

Sin embargo, advierte Paniagua Cervantes:

“Soy de la opinión de que le faltan espacios de comunicación masiva a importantes sectores de la sociedad que tienen una gran necesidad de expresarse libremente, pero que el radio y la televisión comercial y estatal se ven dirigidos, por lo locutores y los formatos, en sus expresiones, de tal manera que esto va generando una gran frustración en estos ciudadanos. Frustración requiere vías de escape, a través de vías similares a la Radio Ciudadana que respeta al máximo sus contenidos y formas de expresión”.

Quizás en una futura etapa, la Radio Ciudadana debería ir acompañada de una “*Tele Ciudadana*”. Pero por el momento, hay una autogestión de la sociedad civil organizada a la que le viene bien esta forma de expresión a través de un proyecto radiofónico en el que el ciudadano es el principal beneficiario de la comunicación y el centro de la programación.

Ciudadanos que intervienen en su desarrollo tanto interno como externo, participando en su funcionamiento como para cubrir las necesidades sociales de su público.

4.3 DESARROLLO DE LA ESTACIÓN

El origen de **La Radio de los Ciudadanos** lo podemos ubicar a partir de la transmisión del Festival de las Radios Comunitarias, el 11 de julio del 2002 en la Ciudad de México. Dicho festival fue transmitido por el Instituto Mexicano de la Radio a través de la frecuencia de la XEQK, en ese entonces “*La Hora Exacta*”. “*La Hora Exacta*” transmitía desde 1940 como una concesión privada, en 1948 las emisoras XEQK y XEQK OC pasaron al IMER por medio de un contrato, con el que el Instituto adquirió los activos de la empresa que cedió los derechos de las concesiones.” (119)

En noviembre del 2002 se estructuró su Consejo de Programación, integrado precisamente por ciudadanos representantes de organizaciones civiles y funcionarios(120); la Primera Convocatoria de Proyectos Ciudadanos de Radio que consistía en la invitación a todo el público en general a presentar un proyecto radiofónico (propuesta) para ser seleccionados y participar en la programación de la nueva emisora, apegándose a las condiciones previamente establecidas por la emisora y aceptados por una comisión dictaminadora independiente, integrada por productores y miembros del consejo, resultando aprobados proyectos de organizaciones civiles, universidades, agrupaciones

(119) Beatriz Solís Leree, “*Una responsabilidad de los Medios de Estado*”, *La Participación Social en la Radio*, en La Radio de los Ciudadanos a un año de creación. México D.F., SEGOB - IMER, 1ª edición, 2004. p 27.

(120) Véase en el anexo correspondiente, la composición del Consejo de Programación.

políticas, instituciones de asistencia privada e independientes para la conformación de la carta programática del 1 de abril del 2003.

Se trataba de un nuevo concepto que integraba 60 proyectos ciudadanos en una emisora de Estado. La estructura interna de los equipos de producción fue organizada por los mismos ciudadanos, actores principales de la programación y selectores de los temas a tratar, muchos de los cuales son referentes a derechos humanos, medios de comunicación, cultura política, musicales, actividades artísticas, salud reproductiva, niños y jóvenes, medio ambiente, entre otros.

La emisora también cuenta con un “Buzón XEQK” para expresar la opinión del público, a través de una llamada telefónica que era grabada y después transmitida al aire. Proporcionar un estudio de grabación para los equipos de producción fue otra de las acciones iniciales del Instituto para el uso de la estación, así como el tiempo de transmisión y apoyo operativo, posteriores cursos, talleres de capacitación y conferencias para la consolidación de los equipos y de los proyectos.

Con respecto al desarrollo de la emisora, su gerente menciona:

“Los proyectos y las instituciones son importantes, pero también las individualidades. Hay tres pasos, uno: la concepción de un proyecto, dos: el diseño y el tercero es el desarrollo de ese proyecto. Hay gente que tiene muchas ideas y muy buenas, pero no las sabe poner en papel, hay otros que tiene buenas ideas y las saben poner en papel, pero no las saben desarrollar; en lo personal he tratado de aprender a desarrollar proyectos, para mí ha sido muy fácil aunque he tenido problemas sindicales, administrativos”.

Nota: La relación de Programas Ciudadanos se muestra como documento anexo.

Por otra parte en “La Radio de los Ciudadanos”, hay la propuesta desde el mismo Consejo para constituirse como un “ombudman” para los radio-escuchas, como una especie de autoridad moral que aunque no tenga una base jurídica, permita presentar un recurso que otras estaciones no han registrado en la historia de la radio en México, un “ombudman” de una radio pública.

El gerente añade: “Esta es la única estación que tiene un Consejo vigente e independiente con participación de sus integrantes, con calidad en su trabajo social, un Consejo que va a presentar conjuntamente con el IMER un programa de trabajo 2006-2012 a la Secretaría de Educación Pública, al Congreso y a SEDESOL”.

Una de las principales características de “La Radio de los Ciudadanos” es que es una radio que cuenta con un “Consejo de Programación” conformado por ciudadanos, quienes intervienen en la toma de decisiones por medio de escritos que establecen las condiciones para ello: *“Misión, visión y objetivos de la XEQK”*; *“Lineamientos internos de funcionamiento del consejo de programación”* y *“Políticas de programación”*, son algunas de las actividades que el Consejo ha desarrollado. Además de lanzarse como un espacio compartido, como una iniciativa a favor de una radio pública y plural para los ciudadanos.⁽¹²¹⁾

4.4 OBJETIVOS DE LA ESTACIÓN

A continuación presentamos parte de los documentos básicos de la emisora en donde podemos encontrar los principales objetivos de la estación y por lo tanto los puntos que definen su perfil de trabajo radiofónico, su papel institucional y su labor social.

(121) El “Consejo de Programación” actual de “La Radio de los Ciudadanos”, se muestra como documento anexo.

Misión, visión y objetivos

MISIÓN

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

VISIÓN

En los próximos años, la estación habrá desarrollado un modelo de comunicación radiofónica ciudadana, que pueda servir como referente para otras iniciativas radiofónicas con propósitos similares.

La audiencia encontrará en la XEQK (ahora XEDTL) un espacio de información, formación y expresión ciudadana que le aporte elementos para incrementar su participación responsable en la construcción del bienestar nacional, en el marco de una sociedad democrática.

OBJETIVOS GENERALES

- 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.
- Establecer nuevas formas de diálogo entre los diferentes sectores de la sociedad, sobre asuntos de interés público.
- Estimular la innovación en formatos y contenidos de emisión radiofónica que permitan a las organizaciones de la sociedad civil potenciar su contribución al país.

- 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.(122)

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estructurar una programación radiofónica alternativa que incluya contenidos informativos, formativos y de expresión que fomenten el conocimiento de nuestro ser y hacer nacional, y del entorno internacional.
- Coadyuvar en la elaboración de proyectos de comunicación propuestos por ciudadanos y organizaciones de la sociedad civil que tengan como propósito fomentar valores cívicos y prácticas ciudadanas dirigidas a la solución de problemas sociales.
- Experimentar estrategias comunicativas y formatos innovadores, flexibles y atractivos de transmisión radiofónica que ayuden a conformar una radio ciudadana de servicio público que sea relevante.
- Consolidar una programación radiofónica que responda a las necesidades informativas y de entretenimiento de los diversos sectores de la sociedad, fomentando su participación responsable.(123)

(122) Fuente: “Misión, Visión y Objetivos de la XEQK: La Radio de los Ciudadanos”, *La Radio de los Ciudadanos a un año de creación*, 7° Reunión del Consejo de Programación, Radio de los Ciudadanos, México, D.F., del miércoles 21 de mayo del 2003, p.1

(123) *Ibidem*

En la entrevista realizada al gerente de la emisora, sobre el tema en discusión, menciona lo siguiente sobre la preservación y continuidad de sus objetivos originales:

“Nosotros tenemos desde un principio objetivos generales y particulares, la misión y la visión, es constituirse en un espacio abierto para la expresión de las opiniones de la ciudadanía y la reflexión en la búsqueda de la solución de problemas sociales sin interés de lucro. Sin fines partidistas ni religiosos, eso si está claro, no puede haber proselitismo ni partidista ni religioso, y que impulse el proceso democrático en nuestro país y que facilite la participación de las organizaciones y de la sociedad en su conjunto”.

La visión que presume “La radio de los Ciudadanos” radica en que a futuro se constituya en un modelo de radio que pueda ser susceptible de ser adaptado por intereses semejantes a los de la estación. Sobre este tema su gerente opina:

“Lo que nosotros queremos es que nos copien, que las universidades, que las estaciones públicas como Radio Educación adopten nuestro modelo, que entren los programas por concurso, que se impartan programas de capacitación a los equipos ciudadanos, que se les ofrezca tiempos de estudio gratuitos también, que la agenda temática sea amplia, que cuenten con un consejo de programación”.

Es verdad que los objetivos y los principios de la estación forman precisamente la identidad de la emisora que la hacen diferente de las demás estaciones integrantes del cuadrante radiofónico, motivo por el cual son de vital importancia en su labor, sus actividades y su desarrollo. Mientras los fines de las estaciones comerciales giren únicamente alrededor de las ganancias y sus beneficios, no veremos otro modelo radiofónico prosperar en nuestro país, que no sea el ya conocido comercial.

4.5 SITUACIÓN ACTUAL

Como parte de los antecedentes de la frecuencia a través de la cual transmite actualmente “La Radio de los Ciudadanos”, tenemos que surge el 14 de agosto de 1931 con 50 mil watts de potencia, con un perfil infantil y sus siglas eran XERIN. Posteriormente cambió a XEDTL “Canela 660”, emisora de perfil tropical-grupero. (124)

En sus inicios “La Radio de los Ciudadanos” transmitía en el 1350 de amplitud modulada, pero con el tiempo el proyecto radiofónico pasó al 660 de A.M., con lo cual obtuvo mayor potencia radial que se traduce en mayor audiencia y por lo tanto mejor calidad de transmisión radiofónica.

De acuerdo con datos técnicos de la emisora su señal puede extenderse a lo largo del Distrito Federal y Estado de México, alcanzando estados como Puebla, Hidalgo, Tlaxcala, Querétaro, Morelos y con menos fuerza en cercanías de Veracruz, Guerrero y Oaxaca cubriendo una población de 8,605.23 habitantes (INEGI).

Actualmente “La Radio de los Ciudadanos” transmite a través del 660 de amplitud modulada con las siglas XEDTL, como emisora de grupo IMER, con una programación de 24 horas diarias y con más de 60 programas distintos a lo largo de la semana.(125) Cuenta con locutores de planta, además de los conductores específicos de cada programa, tiene dos líneas telefónicas para que el público se comunique, buzón de voz, se encuentra entre las emisoras del IMER en su página oficial de Internet, tiene fuerza y calidad de transmisión que la hacen una estación competitiva frente a las demás emisoras en el cuadrante radiofónico. Para el funcionamiento de “La Radio de los Ciudadanos”, el IMER cubre factores como el pagar a una platilla fija que tiene una plaza sindical, operadores, locutores, ingenieros y personal administrativo.

(124) Fuente: <http://www.imer.gob.mx/> La Radio de los Ciudadanos/ Documentos básicos. Septiembre 2006.

(125) Véase en el anexo la lista de programas transmitidos por la XEDTL.

Contrata equipos de *free lance*, que a su vez forman equipos de producción, de asistencia y también ha comprado equipo con el apoyo de la Secretaría de Gobernación, misma que ha dado una aportación en 2003, 2004. Héctor García comenta: “Estamos esperando que nos entreguen la aportación económica correspondiente a 2005. El IMER paga luz, agua, teléfonos dota de equipo a la estación y el apoyo de Gobernación se ha utilizado para pagar los cursos de capacitación. Se han llevado a cabo tres cursos de capacitación 2003, 2004 y 2005, el pasado tuvo 21 acciones de capacitación”.

Muchas estaciones de AM siempre van estar rezagadas, al menos en el aspecto de la calidad de transmisión radiofónica. Este es precisamente otro de los retos que tiene que superar “La Radio de los Ciudadanos”, además de presentar una programación con valor de fondo, pero tal vez no tan atractiva a primera vista como las estaciones de FM. Recordemos que AM es monoaural y su calidad de transmisión es menor, FM es estéreo y es mejor la señal, con respecto a este aspecto, Héctor García destaca:

“A veces los anunciantes o los empresarios son muy simplistas entonces han hecho a la AM una radio hablada y a la FM una radio más enfocada a transmitir música, entonces han tratado de llegar con la FM a públicos jóvenes, jóvenes contemporáneos o jóvenes maduros, pero jóvenes y adolescentes, y la AM la han dejado para clases populares, tercera edad, programación hablada y ponen otro tipo de música que no requiera una audiencia muy especializada, como salsa y grupera y demás”.

Ante la esquemática visión de los empresarios y la comercialización radiofónica en general, con motivo de los diferentes tipos de emisoras, el gerente de XEDTL señalaba, que una radio tiene que ser una propuesta musical y hablada, eso es “La Radio de los Ciudadanos” y ellos sólo entienden en su clasificación a musicales o habladas. ¿Cómo es la música?, pues es un “multiperfil”, en donde se incluyen diferentes géneros musicales dentro de una corriente llamada trova.

Aún con desventajas como las mencionadas anteriormente, la radio de AM cuenta con una gran auditorio y en muchas ocasiones tiene mayor calidad en las producciones que presenta a los radioescuchas de manera que no por oírse mejor, es también mejor radio.

Cabe señalar que a pesar de que la frecuencia de 660 de AM es una concesión, “La radio de los Ciudadanos” no comercializa tiempos y ninguno de sus programas cuenta con patrocinadores, Héctor García nos aclara: “Hay organizaciones que reciben apoyo por el trabajo de fundaciones o de otras organizaciones o del gobierno, pero eso es para realizar su trabajo, pero no tiene ningún patrocinio para realizar este trabajo en particular”. De manera que la 660 en AM es una concesión, es decir, que el IMER puede vender tiempos, las permisionadas son las de FM en el caso del IMER Reactor 105.7, Horizonte107.9, Opus 94.5, son permisionadas.

A continuación se hará referencia a la participación social que tiene lugar en “La Radio de los Ciudadanos”, ya que la participación de los ciudadanos a través de sus micrófonos, es precisamente su materia prima y su principal característica.

4.6 LA PARTICIPACIÓN EN “LA RADIO DE LOS CIUDADANOS”

Una radio participativa puede contribuir a la formación de un público activo y asumir su responsabilidad con respecto a los intereses y derechos de los ciudadanos, más aún siendo una radio de Estado.

Sin embargo, los ciudadanos deben reconocer la importancia de un proyecto como éste y asumir el compromiso que involucra el ejercer su libertad de expresión demostrando que el trabajo colectivo es una herramienta útil en la legitimación y justificación de la participación social en la toma de decisiones de los medios de Estado. “Nosotros aquí en la dirección de Investigación nos ocupamos de llevar un seguimiento de las actividades de las estaciones del

IMER y sus alcances en los públicos, además de coordinar distintos talleres de capacitación, de producción, de locución y que son de gran importancia justamente para los equipos que participan en la radio de los ciudadanos”, señala Lic. Inés Morales, Jefa de área en la Dirección de Investigación en Comunicación del Instituto Mexicano de la Radio.

Esto sucede con los ciudadanos que intervienen dentro del proceso para elevar los niveles de calidad, pero también se cuenta con el público radioescucha que va fortaleciendo su opinión junto con los diversos programas.

Es diversa la composición de la audiencia que sigue la transmisión de la emisora y que por lo tanto intentan acercarse a ella. Al respecto, Inés Morales comenta:

“A mí me sorprende porque sí tenemos jóvenes de 20 años en adelante, pero también tenemos mucha gente de la tercera edad. Estamos llegando a un público que no había sido bien atendido, principalmente gente que estudia, que lee, que consulta páginas en Internet, que le gusta ir al cine, que compra el periódico, se había estigmatizado a la radio y se decía que la FM llegaba a clases media y media alta y que la radio en AM era para el populacho, y nosotros vemos que no, no pueden segmentar así al país los estudios de mercadotecnia o de opinión”.(126)

La ciudadanización de los medios públicos tiene aún un largo camino por recorrer, tanto la permanencia como la proliferación de estos proyectos radiofónicos que dependen de la disposición social y de las condiciones de operación y financiamiento radiofónico en nuestro país, y que deben de ser garantizadas en un marco normativo para el desarrollo de proyectos de comunicación social y de Estado.

(126) Entrevista con la Lic. Inés Morales, Jefa del Área de Investigación en la Comunicación del Instituto Mexicano de la Radio, Septiembre 4, 2006. IMER.

Son muchos los elementos que deben concurrir para considerar a una radio realmente “ciudadana”, y que la hagan diferente a las comerciales, educativas y comunitarias que ya hemos conocido. Podríamos enfocarnos a los contenidos, el perfil de los equipos de producción, la fuente de financiamiento, el efecto que se busca en el auditorio, el contexto social y del grado y la forma de la participación ciudadana.

Con respecto a sí la “Radio de los Ciudadanos” es realmente ciudadana, su gerente destaca:

“Yo creo que sí. Porque tiene ingresos públicos, tiene un Consejo de Programación que es el encargado de dictar la política y de vigilar que se lleve en buenos términos el proyecto ciudadano, porque se establece o integra una comisión dictaminadora independiente por especialistas para elegir los programas que van a entrar al aire, ingresan por concurso, no hay ningún tipo de censura, los equipos determinan los temas de los que se hablan, conducen los programas, hacen la producción, contestan los teléfonos, tienen un apoyo en tiempos de estudio gratuito y cursos de capacitación y tiene una agenda temática social”.

En esta misma línea el Maestro Manuel Enrique Paniagua Cervantes opina que:

“La Radio Ciudadana no puede ser más ciudadana. El interés principal de la estación es alcanzar y hacer partícipe a los ciudadanos. Los programas se realizan con una producción donde participan los ciudadanos mismos. El Consejo de Programación se mueve en función del interés y atención al ciudadano sobre cualquier otra prioridad. Tan es importante el bien del ciudadano que puedo adelantarle que se está considerando crear la figura de Ombudsman de la Radio Ciudadana”.

Por otra parte, al participar se hace uso de una condición de experiencia personal que se ha adquirido a lo largo de la vida, pero participar en una radio ciudadana es un asunto que involucra a todos y todas socialmente hablando, por lo que interactuar en este proceso requiere de una visión colectiva que debe compartirse con un pequeño o gran auditorio.

Entonces participar incluye la libre expresión acompañada de un análisis y deliberación de los temas de interés público procurando la expresión de grupos organizados y no organizados. El público que sigue a “La radio de los Ciudadanos”, es variado, por lo que se va enriqueciendo con una visión que va de lo particular a lo general por medio de su público.

El gerente de la estación nos comentó con respecto a su audiencia, que a la 660 la escucha audiencia o comparte audiencia con Radio Educación, con Radio UNAM, con Opus 94, con Horizonte, una parte pequeña pero también tenemos con público de Reactor; por el tipo de música y también por que hay programas variados de interés social.

Se trata de un ciudadano, no un vendedor, quien está comunicando un mensaje a la sociedad, a su comunidad o a su barrio; se trata precisamente de expresar su voz y pensamiento a los demás sobre un asunto, derechos u obligaciones de la comunidad de forma clara y sencilla para lograr comunicarlo.

Y esto lo podemos ir descubriendo gracias al público que sigue a la emisora, a un público interesado en renovar un modelo viejo, sin embargo, falta bastante para ver buenos resultados.

4.7 FUNCIÓN SOCIAL

Como mencionamos en el capítulo anterior, desde la década de los ochenta la radio le dio mayor atención a las necesidades de la población, incluyendo en su programación más contenidos sociales. Como parte de las necesidades de los ciudadanos tenemos las problemáticas económicas, políticas y sociales en los que la radio puede extender su función social por medio de actividades como informar, servir y atender dichas problemáticas, además de orientación en los temas de interés social y el fomento de la participación ciudadana.

Entonces es el IMER a través de “La Radio de los Ciudadanos”, que presenta una forma de servicio a la sociedad, ejerciendo su función social como respuesta a diferentes problemáticas, porque una buena radio y una radio ciudadana tiene que ofrecer calidad de contenido, tanto musical como hablada, pluralidad en la palabra o en el discurso y que estén representados todos los sectores. Sin embargo, no es una situación común que los ciudadanos se acerquen a un medio a participar, Héctor García advierte:

“Todavía no lo he logrado, el *priísmo* que estuvo más de setenta años nos dañó socialmente, porque la gente se da mucho a la autocensura o se da mucho a la crítica fácil de descalificación o adulación. Entonces ese tipo de actitudes antisociales se reflejan mucho por ejemplo en los locutores que tenemos del sindicato”.

La característica más importante es que la función social en esta estación se manifiesta por medio de la expresión que tienen los ciudadanos en la creación, producción y difusión de mensajes.

Quizás el antecedente más importante del modelo de esta emisora y de muchos otros programas de denuncias y expresión social lo encontramos en un programa conducido por Francisco Huerta, llamado “Opinión Pública”, que fomenta parte del llamado “periodismo civil” impulsado por dicho conductor y que se sintonizaba en la XEW hasta finales de 1988, antes de que fuera

censurado y excluido de la programación, precisamente por su perfil social y político. Sin embargo, quedó muy claro para su auditorio como un espacio abierto para la opinión pública que dio pauta a muchos otros programas que intentaron seguir la misma línea. “La Radio de los Ciudadanos” puede definirse como el ejemplo de una emisora activa entre la población y participativa en los temas de interés social, característica propia de una radio plural y abierta al desarrollo de los demás y el mismo propio, ejerciendo su función social.

¿Cómo debe ser “La Radio Ciudadana”? Opina Manuel Enrique Paniagua:

“Debe ser un medio para la libre expresión del ciudadano con otros ciudadanos a favor del desarrollo político del país. Es importante, también, reconocer la función que tiene la promoción de los derechos humanos, cívicos y políticos de la ciudadanía, como un ente público a su servicio”.

La radio como medio de comunicación social tiene que interesarse y formar parte de los problemas sociales más importantes de los ciudadanos y a su vez continuar con el fortalecimiento de los lazos entre la ciudadanía y el gobierno, y este último debe de procurar todas las condiciones necesarias en las leyes para el desarrollo, estabilidad y buen funcionamiento de los medios públicos nacionales. La radio también debe contribuir a la solución de problemas, ser un foro abierto a la opinión pública, participativa, informar, entretener y educar para consolidarse como una verdadera radio ciudadana en el proceso de una auténtica transición democrática en los medios de comunicación masiva en nuestro país.

4.8 LAS SIGUIENTES FACETAS

Como todo proyecto, el modelo de “La Radio de los Ciudadanos” tiene que seguir un proceso de desarrollo en el que quizás cambien algunos de los elementos de su estructura o incluso su continuidad al aire, con motivo del marco legal recientemente aprobado en materia de medios de comunicación y en específico los medios públicos.

Dentro de este proceso, “La Radio de los Ciudadanos” tiene que esforzarse por ser cada vez más participativa, ganar más audiencia y mantenerse como lo que ha sido, sin caer en estrategias convencionales para atraer a los públicos. Sin duda es uno más de los retos que tiene que sortear a futuro, para ampliar esta perspectiva, conversando con el gerente de XDTL, sobre los pasos a seguir en “La Radio de los Ciudadanos” destacó que la *Radio Ciudadana* se sitúa en el mercado de la radio y por lo tanto tiene que ganar audiencia y tratar de convocar a los públicos, de hacer difusión y mejorar cada día más. Demostrar que la sociedad, con estos 364 proyectos que entraron a los dos concursos que ha organizado, tiene ideas concretas que pueden llevarse a cabo de una manera creativa y responsable.

Muchos ciudadanos no conocen sus derechos y no tienen acceso a medios de comunicación. Demostrar la utilidad de la radio es necesario, pero ¿cómo lograrlo?, comenta el Lic. Héctor García: “Las organizaciones y la sociedad en general saben hacer poco radio, porque no hay dónde hacer radio, no han abierto los espacios. Entonces hay que capacitar a la gente, hay que dejarla que hable y que cometa errores, porque el error los va a llevar al acierto”. Estas opiniones también podrían contribuir a mejorar y hacer más provechosa a la radio en nuestro país y a la comunicación entre sociedad y medios.

Si es una radio ciudadana, entonces cualquier ciudadano puede ejercer su derecho de libertad de expresión, además de los equipos ciudadanos que ya están participando y expresándose. ¿Entonces, si un ciudadano se acerca a “La Radio de los Ciudadanos” y quiere expresar su opinión sobre alguna situación social o personal a través de los micrófonos, se le permitiría hacerlo?

El Lic. Héctor García nos aclara:

“Sí, el procedimiento que tiene mi equipo es que si llega un grupo de manifestantes enfurecidos por alguna situación que les está perjudicando y tratan de ingresar a la cabina, lo que se les tiene que hacer es recibirlos con todo respeto y pedirles que conformen una

comisión para que hagan uso de los micrófonos y se expresen libremente”.

El anterior es el procedimiento de “La Radio de los Ciudadanos” para dar entrada a determinado tipo de participación social, una emisora pública que se enfoca a los ciudadanos, que les permite participar. Sin embargo, cabe hacer notar que no se cuenta con una política al respecto que se traduzca en una serie de pasos previamente discutidos y establecidos por escrito que contemplen al ciudadano común, una serie de **mecanismos** institucionales que garanticen su acceso a los micrófonos. La sociedad puede tener la capacidad, pero no hay la capacitación, se puede tener la necesidad, pero no la instrucción para expresarla adecuadamente en los espacios radiofónicos. Entonces hay radio ciudadana, pero ¿para cuáles ciudadanos?, es necesario que exista un público, una sociedad que pueda tener acceso a los medios, y medios que se dediquen a la sociedad. Es evidente la necesidad de una política que procure la interacción entre medios, sociedad y Estado. Mientras esto no cambie, y no existan los mecanismos necesarios para que la sociedad cuente con medios realmente sociales y no se cuente con un marco legal que regule la existencia, estabilidad financiera y procuración de medios públicos, podrán ser creadas más radios ciudadanas, pero la sociedad no sabrá que existen, y si lo descubre, no sabrá qué hacer con ellas.

Así pues, como advierte Vicente Arredondo, consejero de programación ciudadano: “Una sociedad sin medios propios para comunicarse y dialogar sobre lo que le es realmente importante, y en la forma en que necesita hacerlo, es una sociedad enmudecida”.(127)

(127) Vicente Arredondo, Consejero de Programación Ciudadano. Documentos Básicos IMER. Septiembre 2006.

CONCLUSIONES

Como apreciaciones finales derivadas del trabajo realizado se presentan las siguientes conclusiones:

- La radio pública es necesaria e indispensable en nuestra sociedad mexicana, ya que opera sin las mismas limitaciones de la radio comercial, como el trabajar a favor de sus intereses económicos.
- Es urgente legislar a favor de la radio pública, procurando que el diálogo y la comunicación entre el gobierno y la sociedad, sobre las prioridades temáticas del Estado Mexicano, no se encuentren sujetas a las imposiciones de la radio comercial.
- El Estado Mexicano debe construir una auténtica política de comunicación social que garantice el análisis, diálogo y la toma de decisiones entre ciudadanos y el gobierno, así como garantizar la participación ciudadana, la libertad de expresión y el derecho a la información.
- “La Radio de los Ciudadanos” es la ciudadanización de una emisora de Estado, con la aprobación de una relativa participación ciudadana que intenta transformarla de una radio de Estado a una radio pública.
- La estructura institucional del IMER y la burocracia mediática, representan un obstáculo para la movilidad que necesita un proyecto ciudadano de esta naturaleza. La participación ciudadana necesita ser impulsada de manera dinámica y productiva.

- Es indispensable una formación en el ámbito radiofónico para la producción y transmisión de mensajes para respaldar la calidad en el trabajo de organizaciones civiles y sociales. Así como nuevas formas, estructuras y propuestas de trabajo conjunto por parte del IMER.
- La participación ciudadana en los llamados “medios públicos” no debe ser sólo una aspiración democratizadora para nuestro país, sino que debe ser una realidad reglamentada por el Estado como parte de su responsabilidad.
- “La Radio de los Ciudadanos” no es una emisora auténticamente ciudadana porque no fueron ellos quienes la fundaron, se les permite una relativa participación ocupando la frecuencia, pero no son los ciudadanos concesionarios ni permisionarios, ni recaen en sus determinaciones, la dirección y el funcionamiento de la emisora, por lo tanto no es una radio ciudadana.
- “La Radio de los Ciudadanos” pierde su identidad como tal, al originarse desde una estrategia gubernamental que la identifica como un proyecto político y no desde una organización o colectivo ciudadano, por lo tanto no constituye una radio ciudadana. Es una radio gubernamental conducida por ciudadanos, mas no dirigida por ellos.
- “La Radio de los Ciudadanos” trasmite a través de una frecuencia concesionada, pero no persigue fines lucrativos. Es financiada con fondos públicos, pero esta característica no la define como una radio pública.
- En México no se cuenta con medios públicos auténticos, porque los así llamados son propiedad o dependen del Estado, situación que afecta su desarrollo y funciones.

- Sin embargo, el valor de “La Radio de los Ciudadanos” radica en su capacidad para promover la cultura política, la participación ciudadana en la emisión de contenidos variados e innovadores, en la posibilidad de difundir conocimiento, el análisis y la solución de asuntos de interés común. En ser la única radio con este perfil en el cuadrante radiofónico y un posible punto de partida en el proceso de democratización de los medios de comunicación electrónicos en nuestro país.
- La participación ciudadana es el inicio de una sociedad más democrática, pero necesita la base que respalde su aplicación y desarrollo, es decir, políticas públicas como instrumentos ciudadanos que procuren el diálogo entre ciudadanos y Estado.
- La participación requiere de políticas abiertas, gobiernos dispuestos a trabajar en un sistema libre y democrático en los que la misma sea considerada como una forma básica en el gobernar. Como una forma organizada, clara y consciente en la expresión de ideas, demandas o necesidades, así como intereses y valores sociales en la toma de decisiones en los procesos democráticos.
- Los gobiernos deben de promover distintas formas y mecanismos de participación ciudadana efectiva y democrática, procurando la representación de sus intereses y el acceso a los canales institucionales creados por el mismo Estado, buscando siempre fortalecer los vínculos de convivencia entre el gobierno y la sociedad.
- Además es necesario impulsar una cultura política de participación ciudadana, que agrupe un conjunto de conocimientos y habilidades para que los individuos adquieran la capacidad de conocer, observar y analizar su realidad, así como los problemas que se registren; conocimiento de los elementos institucionales para la resolución de los mismos y la capacidad para organizarse y expresarse para alcanzar una democracia participativa.

- La democracia es una forma de entender y practicar la convivencia social con apego a determinados valores y principios. No se trata sólo de un mecanismo para votar y elegir gobernantes o el conjunto de reglas de un régimen político. La democracia es la cultura del ciudadano para participar en asuntos públicos, de interactuar en los espacios públicos y privados haciendo uso de sus conocimientos, valores y experiencia para ejercer una efectiva convivencia democrática.
- El ejercer y respetar los mecanismos jurídicos de participación ciudadana debe ser una garantía para un gobierno que sirva a su sociedad y busque legitimar su credibilidad, en las acciones para lograr una convivencia en paz, estabilidad política y crecimiento económico.
- Es necesario garantizar a los ciudadanos el ejercicio de derechos civiles como vías de comunicación directas en cuestiones como expresión de demandas, propuestas y soluciones.
- La participación ciudadana no debe quedar sólo en los instrumentos jurídicos, los partidos políticos o las organizaciones vecinales, tiene que ir más allá en la búsqueda de soluciones a las problemáticas comunes que aquejan a la sociedad.
- Los medios de comunicación tienen que garantizar espacios para que se practique esta participación ciudadana como parte de su función de servicio social.
- La radio por ser un medio de comunicación de gran alcance y de fácil acceso, además de su capacidad para difundir mensajes, inmediatez, diversidad programática y modernidad, es el medio ideal para estructurarse como un espacio social y representativo para todos los sectores sociales, para públicos rezagados como niños y ancianos y para la sociedad en general.

- Frente a tal situación es necesario incrementar la producción de programas de orientación y servicios ciudadanos en la radio y transmitirlos en horarios accesibles para que sean escuchados.

Bibliografía

Aguirre Vizzuett, Javier, Distrito Federal: Organización jurídica y política, México, Editorial Miguel Angel Porrúa, 1989, p.215

Alonso, Jorge y Ramírez Saíenz, Juan, coord., La democracia de los de Abajo en México, México, UNAM, Centro de Investigaciones Disciplinarias, Interdisciplinarias en Humanidades, 1997, p.347.

Alva de la Selva, Alma Rosa, Radio e Ideología, México D.F., Editorial El Caballito, Cuarta edición, 1991, p.143

Baena Paz, Guillermina, Manual de técnicas de investigación documental. México, Editorial FCP y S UNAM; 1970, p.93

----- . Instrumentos de investigación manual para elaborar trabajos de investigación y tesis profesionales, México, Editorial Editores Mexicanos Unidos, 1979, p.189

----- . Redacción práctica: Estilo personal de redactar, México, Editorial Editores Mexicanos Unidos, México, 1984, p.198

Baena Paz, Guillermina y Montero, Sergio, Tesis en 30 días: Lineamientos prácticos y científicos, México, Editorial Editores Mexicanos Unidos, 1986, p.100

Bassets, Lluís, De las ondas rojas a las radios libres, Barcelona, España. Gustavo Gili, 1981, p.141.

Bobbio, Norberto, El futuro de la democracia, México D.F., Fondo de Cultura Económica, 2º edición, 1996, p.35

Bosch García, Carlos. La técnica de investigación documental. México, Editorial Trillas, 1985, p.74

Calleja Gutiérrez, Aleida, Comunitaria y Ciudadana, Quito, AMARC, 1998.

Chávez Carapia, Julia, et. al. La participación social en la ciudad de México, México, UNAM, Plaza y Valdés, 2001, p.126

Collin, Claude, Radio poder: La radio como instrumento de participación social y política, México, Editorial Folios, 1983; p.223

Cunill, Nuria, La Participación Ciudadana, Caracas, Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo, 1991, p.69

Curiel, Fernando, La escritura radiofónica. Manual para guionistas, México D.F., FCPyS UNAM, 1988, p.65

De Anda y Ramos, Francisco, La Radio: el Despertar del Gigante, México, Trillas, 2° edición. 2003, p.66.

Eco, Umberto, Cómo se hace una tesis: Técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura, México, Editorial Gedisa, 1984; p.267

Chinoy, Ely, Introducción a la sociología, Buenos Aires, Paidós, 1974, p.43.

Fernández Christlieb, Fátima, La radio mexicana centro y regiones, México, Editorial Juan Pablos Editor, 1997, p.188

----- Los Medios de Difusión Masiva en México, México, Juan Pablos Editor, 1998, p.88.

Galindo, Carmen, et. al., Manual de Redacción e Investigación, México, Duodécima edición, 2002, Grijalbo, p.365.

García Fernández, Dora, Metodología del Trabajo de Investigación, México, Trillas, segunda reimpresión, 2004, p.86.

Garza, Ramiro, La Radio Actual, México, Editorial Asociados Mexicanos, 1992; p.234

González, Reyna, Manual de redacción e investigación documental, México, Editorial Trillas, 1984; p.204

Granados Roldán, Otto. et. al., Medios públicos y democracia, México, Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía. 1° edición. 1992, p.125.

Hale, Julián, La radio como arma política, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1979, p.266

Hernández Aguilar, Gabriel, De la radio al discurso radiofónico, México, Editorial Plazas y Valdés, 1989, p.148

Huerta, Francisco, Mordaza a la opinión pública, México, D.F., editorial Universo, 1982, p.168.

Kaplun, Mario, Producción de programas de radio, Quito, Ecuador, Editorial CIESPAL, 1978; p.461

López Vigil, José Ignacio, Manual para Radialistas Apasionados, Ecuador, AMARC.1997, p.550

Llano, Serafina, Morales, Oscar (compilador), La Radiodifusión en México, México, Ed. Comunicación, Tecnología e Investigación, 1984, p.233

Mc. Quail, Denis, Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas, Buenos Aires, Argentina, Ed. Paidós, 1983.

Mejía Barquera, Fernando, La industria de la radio y la televisión y la política del Estado Mexicano, México, Fundación Manuel Buendía, 1° edición. 1989, p.17.

Mejía Prieto, Jorge, Historia de la radio y la televisión en México, México, Editores Asociados, 1972, p.23.

Merino Huerta, Mauricio, “La participación democrática en la democracia” en Cuadernos de Divulgación democrática, México, IFE, 2001, p.10-15

Olvera Luna, Pedro, “El referéndum en el marco constitucional mexicano”: el significado político electoral para los habitantes del Distrito Federal, Delegación Venustiano Carranza, México, 1978. p. 26-28

Ortiz, Miguel Angel y Volpini, Federico, Diseño de programas en radio. Guiones, géneros y fórmulas. España, Paidos, 1° edición 1995, p.226.

Paoli, Antonio, Comunicación e Información. Perspectivas Teóricas, México, Ed. Trillas, 4° reimpresión, 1987.

Pennok, Norma, Participación social, México, Foro de Consulta Popular, 1989, p.20.

Pepino Barale, Ana María, Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina. Origen, evolución y perspectivas, México, Editorial UNAM, 1999, p.350

Pierre, Albert, Jean, André, Historia de la radio y la televisión, México, Editorial Diana, 1987, p.137

Pilar, Vitoria, Producción Radiofónica. Técnicas básicas, México D.F., Trillas, Segunda reimpresión mayo, 2004, p.111

Pindado Sánchez, Fernando, La participación ciudadana en la vida de las ciudades, Barcelona, España, Gedisa, p.55

Rawls, John, Liberalismo Político, México, FCE. 1995, p.42

Rebolledo, Juan, La reforma del Estado en México. Una visión de la modernización en México, México, Fondo de Cultura Económica.1994, p.85

Rojas Soriano, Raúl, Guía para Realizar Investigaciones Sociales, México, Ed. Plaza y Valdés, 7° edición, 1991.

Rebeil Corella, Ma. Antonieta. et. al. Perfiles del Cuadrante. Experiencias de la Radio. México, Trillas, 1° edición, 1997, p.98.

Romo Gil, Cristina, Introducción al conocimiento y práctica de la radio, México, UIA, 1975, p.13

----- La otra radio, voces débiles, voces de esperanza, México, Editorial Fundación Manuel Buendía A.C. e Instituto Mexicano de la Radio, 1° edición, 1990, p.196

----- Ondas, canales y mensajes: un perfil de la radio en México. Guadalajara, Jalisco, México, ITESO, 1991, p.84

Sartori, Giovanni, ¿Qué es la democracia?, Mexico D.F., Taurus, 1° edición, 2003, p.115

Simpson, G. Máximo, Comunicación alternativa y cambio social, México, Editorial UNAM, 1981, p.89

Solís Leree, Beatriz, et. al. La Relación Sociedad / Medios en el Marco de Reforma del Estado. México, D.F., 1° edición, 2004, UNAM p.188

Swadesh, Mauricio, El lenguaje y la vida humana, México, Editorial Fondo de Cultura Económica, 1982, p.260

Vargas, Néstor, Participación ciudadana en el proceso de la elaboración de políticas públicas, México, INAP, 1997, p.89

Vazquez Nava, María Elena, et. al. Participación Social y Control Social, México Porrúa, 1° edición 1994, p.226.

Villar, Josefina; et. al. El sonido de la radio, México, Editorial Plaza y Valdés, 1998, p.214

Villamayor, Claudia y Lamas, Ernesto. Gestión de la radio comunitaria y ciudadana, AMARC. 1998.

Villegas, Teodoro et. al.; El Sonido de la Radio, México, IMER, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, p.165

Winocur, Rosalía, Ciudadanos Mediáticos, Barcelona, España. Editorial Gedisa, 2002, p.103.

Ziccardi Alicia, Gobernabilidad y participación ciudadana, México, editorial Miguel Angel Porrúa, Instituto de Investigaciones Sociales UNAM, 1998, p.125

Tesis consultadas

Ortega Ramírez, Patricia. Medios públicos y el Estado mexicano moderno. La televisión. (tesis doctoral) UNAM. FCPyS México, 2005. pág. 261.

Aguilar Flores, Marcela. La Participación Ciudadana como medios para el desarrollo democrático. (tesis Licenciatura) UNAM FCP y S. México 2004, p. 142.

Hernández Ojesto, Claudia. La Función Social de Radio Red durante los sismos de 1985. (tesis Licenciatura), UNAM, FCP Y S, México, p. 104.

Galván Olguín, Pedro. Comunicación alternativa, sociedad civil y democracia. Un análisis de la radiodifusora lingüística: La Voz de Pueblo Hñahñú, XECARH. (tesis Licenciatura), UNAM, FCP y S. México 2004, p.205.

Documentos

Diario Oficial de la Federación. 10 octubre del 2002, México D.F.

Diario Oficial de la Federación 18 Abril de 1975.

Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal.

Informe Sexenal de Teodoro Rentería, Director del Instituto Mexicano de la Radio, ante la Junta Directiva el 7 de noviembre de 1988. (Documentos básicos IMER)

La Impunidad en México, Comisión Mexicana de Defensa y Promoción de los Derechos Humanos, Comisión Interamericana de Derechos Humanos, México, D.F., 26 febrero del 2003. p.45

Misión, Visión y Objetivos de la XEQK: La Radio de los Ciudadanos, 7° Reunión del Consejo de Programación, Radio de los Ciudadanos, México, D.F., 21 de mayo del 2003, p.1

Alonso, Jorge y Juan Manuel Ramírez Sáinz (coordinadores), La democracia de los de abajo en México. p.339

Una radiodifusión pública para la democracia. Propuestas para mejorar el funcionamiento de los medios públicos nacionales. Buenos Aires, Argentina. Asociación por los derechos civiles. 1994. p.54

Leyes

Ley de participación Ciudadana del Distrito Federal

Ley de Participación Ciudadana de Baja California, Ley de Participación Ciudadana de Baja California Sur, Ley de Participación Ciudadana de Coahuila, Ley de Participación Ciudadana de Colima, Ley de Participación Ciudadana del Distrito Federal, Legislación en materia de referéndum del Estado de México, Ley de Participación Ciudadana de Jalisco, Ley de Participación Ciudadana de Guanajuato, Ley de Participación Ciudadana de Tamaulipas, Ley de Participación Ciudadana de Morelos, Ley de Participación Ciudadana de Veracruz, Ley de Participación Ciudadana de Zacatecas.
Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública

HEMEROGRAFÍA

Periódicos

Excelsior, "1993, Cronología nacional", Excelsior CIA Editorial, México D.F., 26 de diciembre de 1993. p. 1-38.

Riva Palacio, Raymundo. "Presumen trampa de EPR", El Universal, 3 de diciembre del 2004, p. 21.

Revistas

Gellert Peter, "Radio Comunitaria: Medio clave en la comunicación Latinoamericana", Revista Mexicana de Comunicación. año 5, no. 26, nov-dic-92, p.15-17

Romo, Cristina. La radio vigente en el umbral del siglo XXI. Ensayo publicado en la revista El Universo de la Radio. Vol. 1 Núm. 1. 1996. pp.30

FUENTES DE INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Entrevistas

Entrevista de Lic. Héctor García Robledo, Gerente de XDETL "La Radio de los Ciudadanos, Octubre 25, 2006. IMER.

Entrevista de Lic. Sergio Rivera, Director de Comercialización del Instituto Mexicano de la Radio, Octubre 26, 2006. IMER.

Entrevista al Mtro. Manuel Enrique Paniagua Cervantes. Subdirector de Redes temáticas. Secretaría de Gobernación, Unidad para el Desarrollo Jurídico. Agosto 30, 2006. SEGOB.

Entrevista realizada a Lic. Inés Morales, Jefa del Área de Investigación en la Comunicación del Instituto Mexicano de la Radio, Septiembre 4, 2006. IMER.

Conferencia

Granados Chapa, Miguel Ángel. Conferencia, "Comunicación y dependencia".
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. 1978.

CIBERGRAFÍA

http:// www.ife.org.mx	Septiembre 2006
http://www.imer.gob.mx/ Documentos básicos.	Septiembre 2006
http://www.diariooficialdigital.com/histórico	Agosto 2006
http://www.revistamexicanadecomunicación.com.mx	Agosto 2006
http://www.etcétera.com.mx	Julio 2006

DOCUMENTOS ANEXOS.

*Consejo de Programación.

*Relación de Programas Ciudadanos.

*Consejeros Ciudadanos.

*Programas Ciudadanos Recientes.

*Tipo de Estaciones del IMER.

CONSEJO DE PROGRAMACIÓN

* Consejeros en funciones.

- * Dolores Béistegui, Directora General del IMER.
- * Leonardo García Camarena, Comisionado para el Desarrollo Político de la Secretaría de Gobernación.
- * Gastón Pavlovich Rodríguez, Director General Adjunto de Relación con Organizaciones Sociales, de Participación Ciudadana y de Transparencia.
- * Martín de la Rosa Medellín, Director General del Instituto Nacional de Desarrollo Social.
- * Guadalupe Fernández Vega Albafull, Directora de Comunicación Social de INDESOL.
- * Javier Esteinou Madrid, Representante del Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación.
- * Daniel Iván García Manríquez, Representante de La Asociación Mundial de Radios Comunitarias México.
- * Elio Arturo Villaseñor Gómez, Presidente de Deca Equipo Pueblo A.C.
- * Beatriz Solís Leree.
- * Jorge V. Villalobos G.
- * Vicente Arredondo Ramírez.
- * Virgilio Caballero Pedraza.
- * Javier Vargas Mendoza.
- * Martín Rizo Gavira, Secretario Técnico.
 - Francisco José Paoli Bolio, Subsecretario de Desarrollo Político de la Secretaría de Gobernación (2002 - 2005).
 - Bernardo Altamirano Rodríguez, Director General Adjunto de Relación con Organizaciones Sociales, de Participación Ciudadana y de Transparencia (2002 - 2006)
 - Emilio Álvarez Icaza Longoria, Presidente de la Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal (2002 - 2004)
 - Cecilia Loría Saviñón, Directora General del Instituto Nacional de Desarrollo Social (2005 - 2006)
 - Aleida Calleja Gutiérrez, Representante de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, México (2002 - 2006)
 - Manuel Canto Chac, Representante del Movimiento de los Ciudadanos por la Democracia. (2002 - 2004)
 - Pedro Luis Pinsón Edelén, Presidente del Consejo de la Sociedad Civil (2002 - 2004).
 - Silvia Alonso Félix, Representante del Consejo de la Sociedad Civil (2002 - 2004).
 - Jorge Ruiz Dueñas (2002 - 2003).
 - Héctor García Robledo, Secretario Técnico (2002 a 2005)

EQUIPO DE LA EMISORA

Héctor García Robledo, Gerente
Isaac Palacios Guerra, Productor General
Luis Ángel López Zarate, Coordinador de Programación
Erica Plascencia, Coordinadora de Programas de Participación Ciudadana
Carlos A. Aguilar Alonso, Web Master
Yasmin Fanny Galindo Sánchez, Asistente Administrativa
José Arturo Reyna Villafaña, Programador Musical
Roberto Moreno, Coordinador de Contenidos de "Línea Ciudadana"
Sergio Abraham Díaz Sedas, Asistente de Producción
Sergio Narváez Sánchez, Asistente de Producción
Baltazar Díaz Zamudio, Operador de Línea Ciudadana

LOCUTORES

Víctor Hernández Becerra
Miguel Chávez Morales
Eduardo Macías Iniesta
Sebastián Mendoza Pereda

OPERADORES

Javier Sánchez Vázquez
Raymundo Fierros Estrada
Jesús Ferreyra Ortiz
Manuel Compatitla Alcázar
José Luis Zenteno

RELACION DE PROGRAMAS CIUDADANOS

* Programación actual 2006.

- * ALTERACIÓN MODULADA. Grupo ciudadano (inicio 2004)
- * ANTOLOGÍA DEL ROCK AND ROLL. Grupo ciudadano (inicio 2004)
- ARTE Y TRAVESURAS. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (2003-2004)
- ASÍ DE SENCILLO POR LA RADIO. Dirección General de Divulgación de la Ciencia, UNAM (2003-2004)

- BIÓSFERA CERO. Grupo ciudadano (2003 – 2004)
- BLUES EN EL CAMINO. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (2003-2004)

- CADAVER EXQUIZITO. Grupo Ciudadano (2003- 2004)
- CAFÉ CIUDADANO. Generación Ciudadana APN (2003-2004)
- * CAMBIO DE CARRIL. Universidad de la Ciudad de México (inicio 2004)
- * CASA, VESTIDO Y SUSTENTO. Incontrare AC (Inicio 2004)
- CAUSA COMÚN. Frente Democrático de Agrupaciones Sociales y Políticas APN. (2003)
- CIBER CAFÉ DE QK. Salud Integral para la Mujer SIPAM (2003-2005)
- CIENCIA SÍ, PARA SERVIRLE A USTED. Grupo ciudadano (2004-2006)
- CINE CÁPSULAS. Grupo ciudadano (2004-2005)
- * CINEMATÓGRAFO 04. Grupo ciudadano (inicio 2004)
- CIUDAD. Grupo ciudadano (2003-2004)
- * CIUDAD C. Universidad del Claustro de Sor Juana (inicio 2005)
- COLISION COGNITIVA. Grupo ciudadano (2004-2005)
- * COMPARTIENDO EXPERIENCIAS. Causa Ciudadana APN (inicio 2003)
- * COMUNICANDO CUERPOS. La voladora radio (inicio 2004)
- COMUNYDAR. Fundación Merced AC (2003)
- * CON MEXICO AYER, HOY Y MAÑANA. Sociedad Mexicana de Geografía y Estadística AC (inicio 2004)
- CONOCER NUESTROS DERECHOS. Estudios de Posgrado en Derecho SC (2003-2004)
- CONSTRUCTORES DE LA JUSTICIA SOCIAL. Fundación Vamos AC (2003-2005)
- CONTEXTOS. Centro Político Mexicano APN (2003-2006)
- CONTRARELOJ. Dirección General de Divulgación de la Ciencia, UNAM (2003-2006)
- * CONVIVE EN MOVIMIENTO. Movilidad y Desarrollo México AC (inicio 2005)
- COORDINAHORA. Coordinadora Ciudadana APN (2003)
- * CUBAMANÍA. Grupo ciudadano (inicio 2005)
- * CUÉNTAME. Grupo ciudadano (inicio 2004)
- * CULTURAS SUBTERRÁNEAS. Grupo ciudadano (inicio 2004)

- CHINAMPA DE ASFALTO. Grupo ciudadano UAM (2003-2004)

- * DATE CUENTA. Centro de Integración Gestáltica AC (inicio 2004)
- * DE ENLACE EN ENLACE. Grupo ciudadano (inicio 2004)
- DEBATE 115. Grupo ciudadano (2004-2005)
- * DECIR Y PENSAR. Universidad del Valle de México, Campus Tlalpan (inicio 2004)
- * DIABETES HOY. Federación Mexicana de Diabetes AC (inicio 2004)
- * DICHO POR ELLAS. Mujeres en Frecuencia AC (inicio 2003)
- DOS MIL Y UNA EXPECTATIVAS. Expectativas Juveniles y Comunicación AC (2003-2005)

- * EL DESAFÍO AMBIENTAL. Centro Mexicano de Derecho Ambiental AC. (inicio 2003)
- EL OCIO SOBRE EL NEGOCIO. Universidad del Valle de México – Tlalpan (2003-2004)
- EL SENDERO. Dirección General de Divulgación de la Ciencia, UNAM (2003-2004)
- EN EL OMBLIGO DE LA LUNA. Grupo ciudadano (2004)
- * ENCUENTRA COYOACAN RADIO. Grupo ciudadano (inicio 2004)
- * ENLACE 660. Grupo ciudadano (inicio 2004)
- ENLACE SOLIDARIO. Enlace Solidario IAP (2003-2004)
- ENTRE VOCES. Universidad Panamericana (2003-2004)
- ESCUELA PARA PADRES. Fé, Esperanza y Amor en Pro del Deficiente Mental AC (2003-2004)
- ESTRENANDO CUERPO. Fundación Mexicana para la Planeación Familiar AC (2003)
- EVOLUCIÓN. Evolución, Información y Cultura para Jóvenes AC (2003-2005)

- FUERA ABAJO. Grupo ciudadano (2004-2005)

- GENERACIÓN EN MOVIMIENTO. Democracia XXI APN (2003-2004)
- GENTE JOVEN INFORMA. Fundación Mexicana para la Planeación Familiar AC (2004-2005)

- HABLEMOS DERECHO DE NUESTROS DERECHOS, Centro de Investigación de Salud de Comitán Chiapas (2005)
- * HECHO EN MÉXICO. Grupo ciudadano (inicio 2005)
- HISTORIAS EN LINEA. Grupo ciudadano (2004-2005)

- IMAGEN Y POESÍA DE LA PLÁSTICA. Directorio de las Artes Plásticas AC (2003-2005)

- * LA PIRINOLA GIRA EN LA RADIO. La pirinola AC (inicio 2005)
- * LA RONDA, TUS DERECHOS CON FRECUENCIA. Ronda Ciudadana AC (2004-2005)
- * LA SAZÓN. Grupo ciudadano (inicio 2004)
- LA VOZ DE LA EXPERIENCIA. Grupo ciudadano (inicio 2004)
- LAS OTRAS RENDIJAS. Red por la Participación Ciudadana AC (2003-2004)
- LEER ES UN PLACER. Fundación Lectura para Todos IAP (2003-2004)
- * LIBERTAD BAJO PALABRA. Dirección General de Atención a la Comunidad Universitaria UNAM (inicio 2005)
- LOS ANCESTROS DE LA NEGRITA CUCURUMBE (2004-2005)
- LOS SECRETOS DEL CANTO. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (2003-2004)

- MACHETE RADIO. Red de Comunicadores Boca de Polen AC (2003-2004)
- MENOS GRILLA Y MÁS POLÍTICA. Bienestar para Nuestra Comunidad AC (2003-2005)
- MENTES PELIGROSAS. REINTEGRA AC (2003-2004)
- MÉXICO INVISIBLE. Escuela de Periodismo Carlos Septién (2003-2004)
- MÉXICO PRODUCTIVO. México a través de la Producción AC (2003-2004)
- * MICROBITOS. Radio Chapingo (inicio 2003)
- MISCELANEA, LETRAS Y LIENZOS. Estudiantes FES ACATLAN UNAM (2004-2005)
- * MUJERES A LA TRIBUNA. Federación Mexicana de Universitarias (inicio 2003)
- * MUNDOS RELIGIOSOS. ENAH-INAH (inicio 2003)

- NADA HUMANO ME ES AJENO. Universidad Autónoma de la Ciudad de México (2003-2004)
- NUESTRA TIERRA. Universidad Autónoma de la Ciudad de México (2003)

- * OIDO NIÑO. Grupo ciudadano (inicio 2004)
- * OLLIN CABAN. Centro Mexicano por el Derecho a la Libre Comunicación AC (inicio 2004)

- * PERFILES INDÍGENAS. Asamblea de Migrantes Indígenas AC (inicio 2004)
- PILDORITAS DE LA VIDA REAL. Grupo ciudadano (2004-2005)
- POR LOS SIGLOS DE LOS SIGLOS. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (2003-2004)
- * PÚBLICO Y PRIVADO. Comunicación e Información de la Mujer AC (inicio 2003)
- * PUNTO TRES. Estudiantes de la Universidad Panamericana (inicio 2005)

- * QUÉ PERRO. Fundación Canán Balche AC (inicio 2004)
- * QUE SUENE EL SON. (inicio 2005)
- * QUE VIVA LA MÚSICA. Coordinadora Nacional de Oaxaqueños AC (inicio 2004)

- RADIO BARRIO. Grupo ciudadano (2003-2004)
- * RADIO DE MENTE. Grupo ciudadano (inicio 2005)
- REPORTEANDO LA CIUDAD. Escuela de Periodismo Carlos Septién (2003-2004)
- * RESISTENCIA. Grupo ciudadano (inicio 2004)

- * SEÑALES. El Caracol AC (inicio 2003)
- * SIN TANTO ENREDO. Grupo ciudadano (inicio 2005)
- * SINTONÍA AMIC. Asociación Mexicana de Investigadores en Comunicación AC (inicio 2003)
- * SOBRE LA MESA. Grupo Interdisciplinario de Sexología AC (inicio 2004)
- SOBRE TIERRA LIBRE. Grupo ciudadano (2005-2006)
- SÓLO JAZZ. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (2003-2004)
- * SUPERVIVENCIA. Conservaciones de Mamíferos de México AC (inicio 2005)

- TIEMPO CIUDADANO. Participaré AC (2003)
- TU CIENCIA, TECNOLOGÍA Y TÉCNICA. Radio Universidad Autónoma de Chapingo (2003-2006)

- UNILUX. Dirección General de Divulgación de la ciencia UNAM (2003-2006)
- URBE. Universidad Autónoma Metropolitana (2003-2004)

- VIVIR EN PAZ. Vivir en Paz AC (2003-2004)
- VOCES DE NUESTRA CIENCIA. Instituto Politécnico Nacional (2004-2005)
- * VOCES EN PLENITUD. Asociación Mexicana de Creadores e Investigadores de la Radio (inicio 2004)
- VOCES Y RITMOS. Universidad del Tepeyac (2003-2004)
- VOZ DE TODOS. Grupo ciudadano (2003)

- * Y A TI... ¿YA TE PASÓ?. Grupo ciudadano (inicio 2003)
- YO CIUDADANO. Movimiento de Ciudadanos AC (2003-2004)

- ZARQUEANAS. Comunicadores por la Democracia AC (2003-2004)
- * ZÓCALO. Proyectos Alternativos de Comunicación (inicio 2003)

NOMBRE	INSTITUCIÓN Y PUESTO
MTRA. BEATRIZ SOLÍS LEREE	CIUDADANO
LIC. JORGE VILLALOBOS GRZYBOWICZ	CIUDADANO
DR. VICENTE ARREDONDO RAMÍREZ	CIUDADANO
MTRO. VIRGILIO CABALLERO PEDRAZA	CIUDADANO
LIC. DANIEL IVAN GARCIA MANRIQUEZ	REPRESENTANTE DE LA ASOCIACION MUNDIAL DE RADIOS COMUNITARIAS (AMARC-MEXICO)
DR. JAVIER ESTEINOU MADRID	REPRESENTANTE DEL CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA E INVEST. DE LAS C. DE LA COMUNICACIÓN (CONEICC)
LIC. ELIO ARTURO VILLASEÑOR GÓMEZ Asistente Yazmín Benítez	PRESIDENTE DECA EQUIPO PUEBLO A. C.
LIC. JAVIER VARGAS MENDOZA	CIUDADANO
Dr. Martín de la Rosa Medellín Secretaria particular: Angélica Carrillo	DIRECTOR GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL DE DESARROLLO SOCIAL
Lic. Guadalupe Fernández Vega Albafull	DIRECTORA DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN DEL INSTITUTO NACIONAL DE DESARROLLO SOCIAL
LIC. LEONARDO GARCIA CAMARENA Secretario particular: Ing. Alberto Sánchez Argumedo Secretaria: Karina Andrade	COMISIONADO PARA EL DESARROLLO POLÍTICO, DE LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN
Lic. Mauricio Razo Sánchez	ENCARGADO DE LA DIRECION GENERAL ADJUNTO DE RELACIÓN CON ORGANIZACIONES SOCIALES, DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y DE TRANSPARENCIA

RELACIÓN DE CONSEJEROS CIUDADANOS

CONSEJEROS CIUDADANOS

SRA. DOLORES BEISTEGUI	DIRECTORA GENERAL DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO (IMER)
LIC. MARTIN RIZO GAVIRA	DIRECTOR DE RADIODIFUSORAS Y SECRETARIO TÉCNICO DEL CONSEJO DE PROGRAMACIÓN DE LA XEDTL
LIC. HÉCTOR GARCÍA ROBLEDO	GERENTE DE LA XEDTL
LIC. CARLOS AGUILAR ALONSO	ASISTENTE DE LA GERENCIA XEDTL

PROGRAMAS CIUDADANOS RECIENTES

PROGRAMA	ORGANIZACIÓN
1. ALTERACIÓN MODULADA	Independiente
2. ANTOLOGÍA DEL ROCK AND ROLL	Independiente
3. CAMBIO DE CARRIL	Universidad Autónoma de la Ciudad de México
4. CASA, VESTIDO Y SUSTENTO	Incontrare, A. C.
5. CINEMATÓGRAFO 04	Independiente
6. CON MEXICO HOY Y MAÑANA	Sociedad Mexicana de Geografía y Estadística
7. DATE CUENTA	Centro de Integración Gestáltica A. C.
8. CUÉNTAME	Independiente
9. CULTURAS SUBTERRÁNEAS	Independiente
10. DE ENLACE EN ENLACE	Independiente
11. DIABETES HOY	Federación Mexicana de Diabetes, A C
12. ENCUENTRA COYOACAN RADIO	Independiente
13. LIBERTAD BAJO PALABRA	Grupo Ciudadano
14. LA SAZON	Estudiantes FES ACATLÁN UNAM
15. OLLIN CABAN	Centro Mexicano por el Derecho a la Libre Comunicación, A. C.
16. PERFILES INDÍGENAS	Asamblea de Migrantes Indígenas A C
17. QUE PERRO	Fundación Canán Balche, A. C.
18. COMUNICANDO CUERPOS	Independiente
19. QUE VIVA LA MÚSICA	Coordinadora Nacional de Oaxaqueños, AC
20. SOBRE LA MESA	Grupo Interdisciplinario de Sexología A.C.
21. DECIR Y PENSAR	Universidad del Valle de México, Campus Tlalpan
22. VOCES EN PLENITUD	AMCIR
23. LA VOZ DE LA EXPERIENCIA	independiente
24. LA PIRINOLA	La pirinola A.C
25. COMPARTIENDO EXPERIENCIAS	INCIDE

PROGRAMAS CIUDADANOS RECIENTES

26. DICHO POR ELLAS	Mujeres en Frecuencia A. C.
27. EL DESAFÍO AMBIENTAL	Centro Mexicano de Derecho Ambiental AC
28. MICROBITOS	Colectivo Ciudadano
29. MUJERES A LA TRIBUNA	Federación Mexicana de Universitarias (FEMU) - IMER
30. MUNDOS RELIGIOSOS	ENAH-INAH
31. PÚBLICO Y PRIVADO	Comunicación e Información de la Mujer CIMAC
32. SEÑALES	El Caracol AC
33. SINTONÍA AMIC	Asociación Mexicana de Investigadores en Comunicación A.C
34. Y A TI... ¿YA TE PASÓ?	independiente
35. ZÓCALO	Proyectos Alternativos de Comunicación SA de CV
36. ZONA METROPOLITANA	UAM
37. RESISTENCIA	Independiente
PROGRAMA	ORGANIZACIÓN
38. SIN TANTO ENREDO	Grupo ciudadano
39. CIUDAD C	Universidad del Claustro de Sorjuana
40. CUBAMANÍA	Grupo Ciudadano
41. HECHO EN MÉXICO	Grupo ciudadano
42. SUPERVIVENCIA	Conservación de Mamíferos de México A. C
43. CONVIVE EN MOVIMIENTO	Movilidad y Desarrollo A.C
44. RADIODEMENTE	Grupo ciudadano
45. QUE SUENE EL SON	Grupo ciudadano

TIPO DE ESTACIONES

El IMER cuenta con estaciones permisionarias y concesionarias, lo cual determina el tipo de transmisión de su continuidad, y tienen las siguientes características:

1. Estaciones Concesionarias:

Aquellas estaciones comerciales que requerirán de concesión y que tienen "la obligación de pagar al Gobierno Federal por conducto de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), todos los impuestos, derechos, productos o aprovechamientos, de conformidad a la Ley de Impuestos de la Federación y la Ley Federal de Derechos, aceptando someterse al procedimiento administrativo de ejecución, previsto en el capítulo III, Sección primera del Código Fiscal de la Federación"⁶. Pueden transmitir cualquier tipo de material comercial, pauta interna, apoyo social, y tiempo oficial.

Estaciones Concesionarias del IMER:

- XEDTL 660 AM
- XEB 1220 AM
- XEQK 1560 AM
- XEMP 710 AM
- XEFQ 980 AM
- XERF 1570 AM
- XELAC 1560 AM

2. Estaciones Permisionarias:

Son aquellas estaciones oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios. Estas estaciones no pueden transmitir anuncios comerciales o asuntos ajenos a aquellos para los que se concedió el permiso⁷. Pueden transmitir únicamente materiales de patrocinio (ver glosario), pauta interna, apoyo social, y tiempo oficial.

Estaciones Permisionarias del IMER:

- XHIMER 94.5 AM
- XHOF 105.7 FM
- XHUAN 102.5 FM (-2hrs)
- XHUAR 106.7 FM (-1hr)
- XHSCO 96.3 FM
- XECHZ 1560 AM
- XEMIT 540 AM
- XECAH 1350 AM
- XHYUC 92.9 FM
- XHIMR 107.9 FM

⁶ Resoluciones Administrativas emitidas por la SCT para las estaciones del IMER.

⁷ Reglamento de la Ley de Radio y Televisión, publicado por el Diario Oficial el 10 de octubre de 2002.

