



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**

---

---

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
ARAGÓN**

**“RADIO CIUDADANA: ENTRE  
EL ESCAPARATE MEDIÁTICO  
Y LA FUNCIÓN SOCIAL”**

**Reportaje**

**Trabajo periodístico y comunicacional  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LIC. EN COMUNICACIÓN Y  
PERIODISMO**

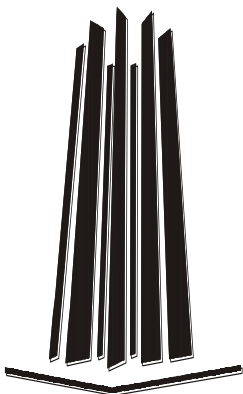
**PRESENTA**

**Oscar Manuel Granados Bartolo**

**Asesora:**

**Lic. Karla Selene Fuentes Zarate**

Noviembre 2009





Universidad Nacional  
Autónoma de México



**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 Óscar y Gregoria por el apoyo incondicional en estos 25 años

A Estela, Lucia, Mónica y Gaby por estar siempre conmigo

A Clemente por el ejemplo de vida que nos diste con tu muerte.  
Siempre serás un ejemplo a seguir. Te extrañamos mucho abuelo

A Lorenza y Aurelia

A Miguel, Karla e Iván por iluminar los días sombríos con sus travesuras

A Karla Santiago por ser mi compañera de viaje

A Karla Fuentes por la paciencia durante este trabajo

Y a Ana Lourdes por ayudarme a encontrar la luz en el camino

## ÍNDICE

<b>Introducción</b>	<b>7</b>
<b>I. La delgada línea entre la fama y el servicio público</b>	<b>9</b>
En busca de una idea rentable	11
Naturaleza y situación jurídica	15
Servicio público	21
El caso de la radio	23
Quién es quién en la Radio mexicana	28
Radio comercial VS Radio pública	30
<b>II. ¿Corresponde la XEDTL a un proyecto de Radio Ciudadana?</b>	<b>36</b>
Una onda de reconocimiento	39
De la bocina a la comunidad	42
De espectador a ciudadano	46
¿Los medios influyen?	50
XEDTL, ¿el nuevo espacio público?	55
<b>III. La caracola y los ciudadanos</b>	<b>65</b>
El trampolín de la radio pública	67
El regreso	70
Cuéntame	71
Talento desperdiciado	73
La radio infantil del Imer	73
De ida y vuelta	74
Ondas que incluyen	76
Del experimento al tú por tú	78
¿Se vale competir?	80
Los nuevos radioescuchas	81
La caracola camina	82
<b>A manera de conclusión</b>	<b>86</b>
<b>FUENTES DE CONSULTA</b>	<b>90</b>

## **Introducción**

La existencia de los habitantes de la ciudad de México no sería la misma sin los medios de comunicación, pues marcan una tendencia en las decisiones que se toman día a día y difícilmente se podría entender la vida política, social y económica sin su intervención ni la de las personas que hacen que éstos funcionen.

En particular, la radio es uno de los instrumentos con mayor penetración en la población de Distrito Federal y ha sido, por mucho, una de las principales armas de influencia en los ciudadanos del país, pues de acuerdo con datos de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión (CIRT), diariamente casi 10.5 millones de personas sintonizan un aparato receptor en el Distrito Federal y dedican, en promedio, tres horas 46 minutos al día para escuchar este medio.

En el DF, de las 61 emisoras que se pueden sintonizarse en el cuadrante, 12 son calificadas como medios públicos y de éstas sólo una emisora abre su espacio y tiempo para que converjan las voces que hacen la diferencia: la de los ciudadanos.

La Radio Ciudadana, XEDTL 660 de AM, emisora perteneciente al Instituto Mexicano de la Radio (Imer), es un lugar de comunión para las organizaciones civiles y ciudadanos independientes en donde expresan su sentir en un orbe de más de 10 millones de habitantes.

Creada en el año 2000, un periodo donde el gobierno federal abrió y cerró espacios de participación, esta frecuencia ha sido un referente dentro de la gama de estaciones existentes, ya que ha servido de apoyo en la incipiente apertura de los medios para la participación ciudadana en la capital mexicana.

Este reportaje, titulado XEDTL Radio Ciudadana: Entre el escaparate mediático y la función social, tiene como objetivo principal analizar el propósito real de los



integrantes de la frecuencia: ¿colaboran con un fin de servicio social o sólo usan el medio como trampolín para llegar a una emisora comercial?

Además, investiga si la estación XEDTL es un verdadero proyecto de servicio social y da detalle de la naturaleza e idea central del proyecto de radio ciudadana en el Distrito Federal.

En el primer punto, “La delgada línea entre la fama y el servicio público”, se describe la naturaleza jurídica de la emisora y los problemas que tiene frente a las estaciones comerciales, las cuales acaparan el cuadrante.

En el segundo apartado, “¿Corresponde la XEDTL a un proyecto de Radio Ciudadana?”, se compara a la estación con otras emisoras del mismo corte a escala mundial, sus pros y contras. Además se describe el público al cual está dirigida, cómo pasan de ser espectadores a emisores del mensaje y cómo se crea un nuevo espacio público.

En el último apartado, “La caracola y los ciudadanos”, se relatan las vivencias de los grupos ciudadanos que han participado en la emisora, su experiencia ciudadana en una estación de Estado. Describe la historia de organizaciones que a pesar de ser tentadas por la mano de la radio comercial, regresaron a una estación que trabaja sin fines de lucro.

Las características periodísticas y sintácticas del reportaje hicieron posible la descripción de los hechos que dan vida a la Radio Ciudadana, que en la historia tendrá su lugar de los medios electrónicos nacionales, pues es la única emisora en su género en el Distrito Federal.

# CAPÍTULO I

## **La delgada línea entre la fama y el servicio público**

Sonaron las doce campanadas que anunciaban la llegada del nuevo año. Fieles a la costumbre de sintonizar alguna estación de radio para oír la hora exacta, muchos mexicanos escucharon una voz que decía “Son las cero horas. Feliz año nuevo”.

Enseguida se sucedían, uno tras otro, numerosos mensajes publicitarios:

Haste Haste la Hora de México.

Carlos Cerro el Hombre Bomba, no tiene sucursales.

Chocolates Turín, ricos de principio a fin.

XEQK la hora del Observatorio Astronómico Nacional.

Refacciones y reparaciones Marcos Carrasco.

De Sonora a Yucatán se usan sombreros Tardán.

Almacenes Ánfora, Palma y Donceles.

Ponga a tiempo su reloj, ésta es la hora exacta...

Melodiosos para el auditorio sonaban uno a uno los timbrazos, para luego dar paso a la misma voz diciendo: “Son las cero horas y un minuto”.

Quizás lo recuerde. Esta era la dinámica de una de las estaciones con más tradición en el cuadrante capitalino: XEQK 1350 de Amplitud Modulada, emisora que sin dudarlo fue la más conocida y quizás la más consultada por los habitantes del Distrito Federal.

La voz: Luis Ríos Castañeda, inconfundible para todo aquel que deseaba poner a tiempo su reloj o despertador. La vida de varias generaciones de capitalinos siempre estuvo ligada a esta frecuencia que dejó de marcar la hora un 3 de abril de 2003.

“En todo caso, ese día, el reloj marcó la hora de la Radio Ciudadana”, señala el periodista Marco Levario Turcott, y es que un nuevo concepto había nacido, en donde la premisa era clara: ejercer el derecho a informar y ser informado.

### **En busca de una idea rentable**

La radio de los ciudadanos surgió como un experimento, después de que en agosto de 2002 la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC México) realizara, a través de la XEQK 1350, el Primer Festival de los Medios Comunitarios y Ciudadanos en el país, cuyo objetivo era mostrar el quehacer de las comunidades que querían el reconocimiento del Estado para tener sus propios medios.

Con base en esa experiencia, la entonces directora del Instituto Mexicano de la Radio (IMER), Dolores Béistegui, tuvo la idea de que la frecuencia que ocupaba la XEQK, fuera utilizada para que grupos ciudadanos transmitieran sus pensamientos y su sentir dentro de la sociedad.

El proyecto como tal se desarrolló un año antes, desde ese entonces se vislumbró una frecuencia en donde la materia prima fueran los ciudadanos y el producto final llegara a otros de su tipo.

Según Dolores Béistegui, titular del IMER de 2000 a 2006, y principal impulsora de la Radio Ciudadana, “la idea estaba apoyada en contar con un espacio que diera cabida a la participación de la sociedad civil organizada a través de abrir los micrófonos en la XEQK y mediante un Consejo de Programación, integrado por investigadores, organizaciones radiofónicas independientes y representantes del gobierno federal”.

Aleida Calleja, presidenta de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) y antigua consejera ciudadana de la radio ciudadana, comenta en un artículo para la revista *Etcétera*: “Cuando se planteó la idea de crear una radio para que las organizaciones civiles y grupos sociales pudieran expresar su sentir se tenían tres ideas claras:

1. Revitalizar un medio como la XEQK, que en ese momento había dejado de tener sentido, tanto en su programación como en su formato.
2. Crear espacios donde los ciudadanos expresaran sus ideas, sin necesariamente operar de lleno un medio, pues sus objetivos y razón de ser no eran éstos.
3. Tener un proyecto radiofónico nuevo, que pudiera demostrar la posibilidad de la participación ciudadana, para que los medios del Estado caminaran hacia un modelo público”.

Para el Instituto Mexicano de la Radio resultaba prioritario contar con un espacio que diera cabida a la participación de la sociedad civil organizada. De esta manera surgió la idea de cambiar el perfil de la XEQK, detalla la ex directora del IMER en las memorias de la radio de los ciudadanos a un año de la creación de dicha frecuencia.

A pesar de la buena intención de la directora del grupo radiofónico, no era tan fácil diseñar una radio de este tipo en nuestro país por dos simples razones: no existía ningún experimento como éste en México (a pesar de que las radios indigenistas del extinto Instituto Nacional Indigenista, ahora convertido en la Comisión para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, planteaban una idea similar a la que se quería obtener con la radio de los ciudadanos); y dos, la burocratización de un grupo como el IMER, que aunque se hace llamar “radio de servicio público”, pocas de sus estaciones cumplen con dicho objetivo.

La idea de Dolores Béistegui era abrir los micrófonos de la estación a grupos de la sociedad civil o a cualquier ciudadano para que expresara sus ideas y su punto de vista respecto a un tema en específico, es decir, se buscaba la ciudadanización de la radio, no de una radio puramente de los ciudadanos.

Para que fuese una radio completamente de los ciudadanos era necesario hacer entrega de la infraestructura, control y del medio total a los grupos de la sociedad civil.

Aleida Calleja explica, en entrevista: “La Asociación Mundial de Radios Comunitarias planteó, al inicio del proyecto, un modelo estadounidense, en el cual los medios de acceso público se ponen a concurso y hay una organización que gana el manejo del medio con la obligación de abrirlo a los demás grupos interesados en tener un espacio”.

“Diferente es el modelo europeo, donde un grupo de personas maneja el medio, y se incluyen gente del gobierno así como representantes de la sociedad civil, los cuales tienen voz y voto sobre las decisiones editoriales, comerciales y políticas del medio.

En estos dos modelos sí se habla de una participación real en el manejo del medio y no sólo de un espacio para hablar”, explica Calleja.

“Hablar de una radio ciudadana era trazarse una transferencia del medio a los grupos ciudadanos y lo que el IMER está planteando es una participación ciudadana en la radio a través de un Consejo de Programación y la disponibilidad de su infraestructura y espacios de transmisión a grupos ciudadanos a través de la frecuencia XEQK”, asevera.

En otras palabras era la ciudadanización de la radio, en la que se abría el espacio a los colectivos, pero las decisiones últimas y la política de la emisión continuaban a cargo de la institución.

A pesar de esta disyuntiva, la respuesta de los grupos ciudadanos a la convocatoria fue una gran sorpresa tanto para los directivos de la emisora, como para las organizaciones y ciudadanos independientes que se integraron en el Consejo de Programación.

De acuerdo con la página electrónica de la Radio Ciudadana, entre la fecha de emisión de la convocatoria (22 de noviembre de 2002) y la fecha límite de entrega de propuestas (31 de enero de 2003) se recibieron 145 proyectos a concurso. Pues para muchos, ésta era una oportunidad magnífica para contribuir a eso que se le llama retroalimentación.

Javier Esteinou Madrid, representante del Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias Sociales de la Comunicación e integrante fundador del Consejo de Programación de la Emisora, señala en las *Memorias de la Radio Ciudadana*, que a lo largo de varias décadas se creó en el país un sistema de comunicación radiofónica cerrado, vertical, negador de los derechos comunicativos elementales de los ciudadanos.

De alguna manera la radio de los ciudadanos llegaba a romper con la falta de participación de los grupos emergentes de la sociedad civil, que en su momento, explica el investigador, sirvieron “como apoyo para elevar el *rating* de las empresas, pero no son considerados permanentemente como sujetos o entidades generadores de opinión que tengan derecho a un espacio colectivo permanente de participación informativa”.

Beatriz Solís Leree agrega, también en las memorias de la emisora, que “la participación de la sociedad se reducía a la pseudo intervención mediante contactos telefónicos generalmente orientados a solicitar algún servicio o ‘pretender’ programar melodías”.

“En el caso del IMER, la participación ciudadana, a través de la XEQK en el 1350 de AM, puede contribuir a convertir a la audiencia en un público activo, dispuesto a desarrollar proyectos pioneros y disponer de espacios para la incorporación activa de los ciudadanos.

“Ir más allá de una simple comunicación horizontal a promover una emisora participativa que permita a los ciudadanos transmitir su propia programación, puede contribuir a la construcción de una radio en dos sentidos, una radio interactiva con su público y que, por otra parte, asuma la responsabilidad con los intereses y derechos de expresión de los ciudadanos”, aclara Solís Leree.

Vicente Arredondo Ramírez, consejero ciudadano, detalla que la idea de tener un espacio donde la sociedad civil pudiera expresar sus ideas rompía con la lógica que hasta ese momento se tenía: la de la radio comercial, sin colaboración de la ciudadanía.

En pocas palabras, la Radio Ciudadana rompió con la lógica del empresariado, ya que “lo que no produce dinero, no podía estar en la radio, porque entonces dejaría de ser negocio”.

El objetivo no era tener una emisora rentable para un grupo radiofónico, sino por el contrario, era necesario romper con el raciocinio para demostrar que un proyecto sin fines de lucro podía subsistir en el país.

Ante esta perspectiva resultó complicado insertar a la Radio de los Ciudadanos como un proyecto no comercial, ya que como lo veremos en el siguiente punto, la radio de servicio público en nuestro país es un sueño.

### **Naturaleza y situación jurídica**

Tocar el tema de la radio de servicio público en nuestro país implica detallar una serie de cuestionamientos acerca del tema: qué es un servicio público, para qué sirve, quién lo regula y cuáles son las frecuencias que están forzadas a cumplir dicho servicio.

Recordemos que este modelo de comunicación no es nuevo en nuestro país. Fuimos pioneros en la materia en el año de 1924 con Radio Educación, primera señal de América Latina que ofreció (y ofrece) una programación distinta a la comercial, según lo menciona Fátima Fernández Christlieb, en su libro *Los Medios de difusión Masiva en México*.

A pesar de ello, dice Patricia Ortega, investigadora de la Universidad Autónoma de México (UAM), el concepto de servicio público en este medio se ha desvirtuado al grado que en el país no se cuenta con una definición clara y concisa de qué significa ser una emisora con esta clasificación. Además, agrega la especialista en medios de comunicación, que este modelo se ha visto opacado en los últimos años por los avatares políticos y económicos del país. Muchos de sus problemas actuales se los debemos a la falta de atención que se ha tenido al respecto.



“La radio, antes de ser un instrumento de comunicación, es un aparato radioeléctrico, cuya principal fuente transmisora son las ondas hertzianas, que no se propagan por conducto alguno, es decir no requieren soporte material de cierta especie para su difusión”, de acuerdo con Armando Alfonzo Jiménez en su libro *Responsabilidad social, autorregulación y legislación en radio y televisión*.

El conjunto de estas ondas, que se irradian por el espacio sin guía, componen el espectro radioeléctrico, lugar donde están las ondas hertzianas, que no necesitan de aire para coexistir. Podríamos no tener aire y seguir transmitiendo ondas electromagnéticas, debido que las ondulaciones provienen de un fenómeno radioeléctrico vibratorio.

Las ondas electromagnéticas que se producen en nuestro territorio son parte de un espacio radioeléctrico administrado por el Estado, al igual que los mares y recursos naturales como parte de los bienes muebles de la nación, detalla Armando Alfonzo.

La Constitución Política de nuestro país señala en el artículo 27 que corresponde a la Nación “(...) el espacio situado sobre territorio nacional, en la extensión y términos que el Derecho Internacional”. En este mismo tenor, la Ley Federal de Telecomunicaciones apunta, en su artículo segundo, “corresponde al Estado la rectoría en materia de telecomunicaciones, cuyo efecto protegerá la seguridad y la soberanía de la Nación. En todo momento el Estado mantendrá el dominio sobre el espectro radioeléctrico y las posiciones orbitales asignadas al país”, según aclara la Ley Federal de Telecomunicaciones.

De igual manera, la Ley Federal de Radio y Televisión hace referencia a la pertenencia de nuestro espacio radioeléctrico en su primer artículo, donde señala: “Corresponde a la Nación el dominio de su espacio territorial y, en consecuencia, del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas. Dicho dominio es inalienable e imprescriptible”, detalla la norma.

De acuerdo con los artículos mencionados, el instrumento vital para el ejercicio de la radiodifusión pertenece al Estado, que será el único administrador para el uso del bien común.

Para el control del espectro, las estaciones radiofónicas se dividen en legales e ilegales. Las ilegales son aquellas que toman por asalto un espacio en el espectro sin contar con el permiso de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) y de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) para transmitir.

Aleida Calleja y Beatriz Solís Leree explican en su libro *Con Permiso*, que en las emisoras con esta característica se autodenominan como clandestinas, piratas y fronterizas, es decir, asumen un rango de marginalidad.

Las emisoras identificadas como legales son aquellas que sí cuentan con el beneplácito de la SCT y de la Cofetel para operar. Se dividen en dos: concesionadas, que buscan una ganancia económica; y permisionadas, que sólo tienen un permiso para participar en las labores radiofónicas, pero sin poder lucrar con el espacio.

En otras palabras, las emisoras permisionadas son aquellas a las que se les otorga una frecuencia sin fines de lucro y tienen como causal de revocación la venta de publicidad; por el contrario, la concesión es la posibilidad de explotar comercialmente una frecuencia, por lo tanto tienen en la publicidad su principal atención, afirma Lidia Camacho en su libro *Democracia y medios públicos*.

El investigador de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Jorge Fernández Ruiz, señala en su libro *Régimen jurídico de concesiones de radio y TV*, que en nuestro país la diferencia entre la concesión y el permiso radica en que la primera confiere un nuevo derecho al concesionario, por ejemplo, prestar un servicio público atribuido al Estado y aprovechar un bien del dominio público –el derecho de utilizar las ondas electromagnéticas –, a diferencia del permiso, que no otorga un nuevo derecho al permisionado, pues se concreta a retirar una traba que impedía a éste ejercerlo.

El procedimiento administrativo para otorgar concesiones y permisos difiere en ambos casos. Para las primeras (de acuerdo con las modificaciones que se realizaron a la Ley Federal de Radio y Televisión, en el segundo trimestre de 2006), es necesario que la Cofetel abra un concurso de licitación pública para dar un espacio en el espectro.

Al término de dicho concurso, el Estado tiene derecho a recibir una contraprestación económica. Las concesiones se otorgan hasta por 20 años y podrá ser refrendada al mismo concesionario que tendrá preferencia sobre terceros.

En el caso de los permisos no es necesario que se realice un concurso, el espacio en el espectro se da por adjudicación directa. La SCT evalúa y establece ciertos criterios para dar cierta frecuencia a un grupo de personas, organización, dependencia gubernamental o entidad federativa.

El Estado, después de determinar la situación jurídica de la emisora, hace otra subdivisión para determinar la “naturaleza y propósito” de la frecuencia. De acuerdo con el artículo 13 de la Ley Federal de Radio y Televisión, se ubican las estaciones comerciales, culturales, de experimentación y escuelas radiofónicas. Esto es una imprecisión grave, debido a que el Estado discrimina legalmente a emisoras emanadas de una universidad o las que desarrollan los pueblos indígenas que nada tienen que ver con la clasificación que se hace.

A pesar de esta vaguedad de la ley, diversos investigadores, académicos y gente dedicada al estudio de la radiodifusión, como Cristina Romo Gil, Patricia Ortega y Beatriz Solís Leree, han creado y dado valor a las emisoras que no se identifican como comerciales, de experimentación y escuelas radiofónicas. De esta forma podemos encontrar radios educativas, indigenistas, universitarias, comunitarias y recientemente las ciudadanas.

Cristina Romo Gil acertadamente llama a todas estas emisoras como “La Otra Radio”, y hace referencia a la disparidad entre las radios comerciales y las radios con contenidos de servicio público.

“La Otra Radio” son estaciones legales, dentro de las que encontramos emisoras permisionadas y algunas concesionadas.

La clasificación y naturaleza de cada emisora depende del contexto político y social en que nacen, es decir, obedecen a ciertos parámetros que no siempre coinciden con términos que se describen en otras partes del mundo. Sin embargo, existen coincidencias que hacen que definamos o clasifiquemos a algunas de las estaciones mexicanas como: culturales, educativas, universitarias, indigenistas, comunitarias y ciudadanas.

Como se apuntó en párrafos anteriores la ley sólo reconoce estaciones culturales, pero olvida señalar los parámetros que éstas deben de cumplir para entrar en dicha clasificación. De acuerdo Fernando Álvarez del Castillo, director de Radio UNAM de 2004 a 2008, las estaciones culturales son aquellas frecuencias que no persiguen fines de lucro y que se ocupan de la difusión de la cultura.

“Las estaciones culturales de nuestro país se han identificado en divulgar la riqueza cultural de cada uno de los estados y además las diversas manifestaciones artísticas”, detalla.

Las radios educativas son aquellas que se distinguen por transmitir contenidos educativos. Ana María Pepino Barale en su libro *Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina*, señala “una de las características particulares de este tipo de estaciones es el servicio público”.

La autora apunta que en relación con los contenidos de este tipo de emisoras, “podemos encontrar las formales, que se relacionan con las formas y certificaciones estipuladas por el sistema educativo nacional, es decir, proporcionan una segunda oportunidad para los adultos que no tuvieron el acceso al sistema escolarizado o que dejaron de acudir a la escuela; y las no formales, que son resultado de una actividad organizada y sistemática que se realiza fuera del sistema escolar formal, para brindar un aprendizaje muy

definido, que corresponde a las necesidades de la comunidad: tienden a favorecer la aplicación inmediata de los conocimientos adquiridos”.

Álvarez del Castillo afirma que en México se les denomina estaciones universitarias a las frecuencias que nacen bajo el subsidio de una institución de educación superior y que cumplen con la tarea de apoyar la labor académica y cultural de los universitarios. “Efectúan un papel primordial para la difusión de la investigación científica y humanística, al igual que la educación superior”, asevera.

Las estaciones de corte indigenista nacieron en nuestro país en los años 80 del siglo pasado, dice Beatriz Solís Leree y Aleida Calleja, como parte del reconocimiento de las diversas etnias que existen en México. “Su estructura de trabajo está compuesta por indígenas y sus contenidos van dedicados a la exaltación y trabajo de los mismos. Las experiencias de este tipo de frecuencias pretenden beneficiar a las comunidades indígenas, basándose en una mayor participación de sus miembros”.

Las radios comunitarias, según Calleja y Solís Leree, son estaciones concesionadas, en su mayoría, que se caracterizan por satisfacer las necesidades de información y comunicación de cierta comunidad en el país, sin perseguir fines de lucro. Este tipo de emisoras se establecen en sitios apartados de las grandes ciudades y son dirigidas por la comunidad en donde se encuentra. Busca formas distintas de producción y programación acorde a cada región.

En ocasiones suele confundirse a las estaciones comunitarias con las radios indigenistas. La diferencia radica en que a una se otorga una concesión y está desarrollada por los miembros de una comunidad que no es indígena, mientras que la otra sólo tiene un permiso y está regida por los parámetros de una etnia en particular.

El concepto de radio ciudadana, que es nuevo en nuestro país, hace referencia a aquellas emisoras que son producidas y controladas por ciudadanos. Este

concepto nace a escala internacional a principios de 1990, de acuerdo con Aleida Calleja. A este concepto lo anteceden conceptos como radio popular y comunitaria, pero antes, es necesario detallar por qué la radio es un servicio público y explicar a qué se hace referencia cuando se habla de éste.

## **Servicio público**

La construcción del término servicio público se la debemos a la jurisprudencia francesa. En un principio se conocía como servicio público a toda actividad de la administración pública y del Estado. Sin embargo, el término avanzó y en las primeras décadas del siglo XX la administración aceptó que no todas sus acciones corresponden a un servicio público; a pesar de ello, la idea de que sólo el Estado podía prestarlo permaneció dominante.

Mari Carmen Chinchilla detalla en su libro *La radio-televisión como servicio público esencial*, que para el jurista francés, León Duguit, el servicio público en 1928, era toda actividad cuyo cumplimiento debía ser asegurado, regulado y controlado por los gobernantes, porque la observancia de esta actividad era indispensable para la realización y el desarrollo de la interdependencia social, y que era de tal naturaleza que no podía completamente sino era por la fuerza gubernamental.

Después de la Segunda Guerra Mundial, el concepto dio un giro y devino en una crisis de identidad. En 1954 el también jurista francés, Jean de Corail, ostentó, en su obra *La crise de la notion de service public*, que éste debía de presentar las siguientes características:

- a) Se puede prestar por el Estado o por los particulares.
- b) Puede prestarse con o sin propósito de lucro por el Estado o por los particulares.
- c) Es de naturaleza administrativa o económica (industrial o comercial).

- d) Su régimen jurídico es el derecho administrativo, aunque no exclusivamente; también se pueden aplicar normas de derecho privado.

Un cambio radical que presentó el autor fue que dicha práctica podía ser ejecutada por particulares de forma lucrativa. Además, con estos cuatro puntos, planteó al Estado como un empresario y de esta manera le abrió las puertas a campos de la industria como la del acero, de energía eléctrica, de telecomunicaciones y de los medios de comunicación.

Esta época (mitad del siglo XX), “fue el periodo de las grandes concentraciones o monopolios del Estado. También dio cabida a lo que hoy conocemos como concesión, es decir a la ejecución de los servicios públicos por parte de los particulares con un fin determinado: el de lucrar un bien común”, afirma Jean de Corail.

A partir de 1980 en México y en gran parte del mundo, el Estado redujo su intervención en los servicios públicos y los otorgó a los particulares. Conservó servicios fundamentales como el de la educación, seguridad, agua potable, salud y justicia, comentan Antonio Argüelles y José Luis Méndez, en su libro *El servicio público*.

Es preciso aclarar que los conceptos de servicio público varían de acuerdo con los avances jurídicos de cada país. A pesar de ello, el concepto del jurista galo, Maurice Hauriou, se adapta y coincide con la realidad mexicana. El autor señala “un servicio público es aquel que se presta a todo individuo de una sociedad, por una organización pública o privada de forma regular y continua, para satisfacer necesidades”.

En este sentido, valdría la pena preguntarse: ¿la radio en México, como asistencia que se presta a la sociedad, es un verdadero servicio público?

## **El caso de la radio**

De acuerdo con lo expuesto y tomando en cuenta la doctrina jurídica general en México, la radio constituye un servicio público por su naturaleza jurídica, debido a que presta a la comunidad un servicio técnico, uniforme, regular y continuo, apunta Socorro Aurora Acosta López, en su trabajo de tesis titulado *La radio como servicio público*.

Mari Carmen Chinchilla, especialista en derecho administrativo de la Universidad de Castilla-La Mancha, en España, asevera “la radio es un servicio técnico al público, porque lo presta una organización pública, en forma regular y continua, para satisfacer necesidades públicas”.

En este caso la necesidad sería la de estar informados, como lo establece la Constitución en el artículo sexto, en donde se determina que la información será garantizada por el Estado.

Antonio Argüelles y José Luis Méndez, en su libro *El servicio público*, agregan: “Es un servicio público ya que este medio de comunicación ofrece un servicio regular y uniforme, debido a que reúne todos los elementos que aseguran su prestación eficaz, rápida, eficiente y oportuna, como son horarios y tarifa, así lo señala la Ley Federal de Radio y Televisión en su título cuarto, donde se especifican el tipo de operación y el monto de las tarifas a las que las estaciones comerciales deben de sujetarse”.

Además, agregan los investigadores: “Es continuo, porque no puede suspenderse o interrumpirse sin causa plenamente justificada y además es considerado como tal por su gran impacto y penetración en la sociedad, tanto si se utiliza para promover la identidad nacional, o bien identidades regionales o étnicas, como para consolidar los valores morales y las ideas democráticas, o para refinar los gustos, sea cual fuese el objetivo”.

Patricia Ortega, investigadora de la UNM dice que a pesar de estas precisiones, en México las únicas estaciones que están obligadas a cumplir un



servicio de este tipo son aquellas que habitualmente se les denomina como medios públicos, es decir, a las emisoras educativas, culturales, indigenistas, universitarias y ciudadanas que pertenecen al gobierno federal, a los gobiernos de los estados o al poder Legislativo, que tienen como característica el hecho de estar financiadas con fondos del erario público y que no persiguen fines de lucro.

En tanto, las emisoras concesionadas, en su mayoría comerciales, “que utilizan parte del espectro, no están obligadas a cumplir con un servicio público y simplemente se dedican a explotar lucrativamente el espacio otorgado.”, afirma Ortega.

En un artículo para la revista *Etcétera*, el ex senador de la República mexicana, Javier Corral, asevera que “México gran cuidado han tenido los redactores de diversas reglamentaciones y lineamientos gubernamentales para identificar a los de carácter comercial como medios privados de interés público y no de servicio público”.

Por ejemplo, el artículo cuarto de la Ley Federal de Radio y Televisión, indica al respecto que la radio y la televisión constituyen una actividad de interés público, (y no de servicio público), por lo tanto el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social.

De esta manera, indica Patricia Ortega, el servicio público de la actividad radiofónica se limita a unas cuantas estaciones, gracias a que la composición de la ley que vigila y controla la radiodifusión en México sólo determina que la actividad radiofónica cumple una función social y no pública.

En 2004, la Secretaría de Gobernación (Segob) publicó en el *Diario Oficial de la Federación* el acuerdo por el que se establecen los lineamientos generales para la orientación, planeación, autorización, coordinación, supervisión y evaluación de las estrategias, los programas y las campañas de comunicación social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para los ejercicios fiscales 2005-2006, y menciona que “los medios de

comunicación públicos son aquellos administrados y operados por el gobierno federal o por gobiernos estatales con recursos públicos. No persiguen fines de lucro”.

Bajo esta premisa, la dependencia identifica como tales a “las emisoras del Instituto Mexicano de la Radio, las emisoras del Sistema de Radiodifusoras Culturales Indigenistas, Radio Educación, Canal Once del Instituto Politécnico Nacional, Televisión Metropolitana Canal 22 y La Red integrada por los sistemas de radio y televisión, en los diferentes estados de la República, así como los que operen y surjan bajo este modelo u otro semejante”.

Según la descripción anterior, de las 61 emisoras que se pueden sintonizar en el Distrito Federal, sólo 12 coinciden con las características de la Segob: siete pertenecen al Instituto Mexicano de la Radio: Radio Ciudadana 660 de AM, La Que más me Gusta, XEB La B grande de México, La XEQK 1380 de AM, Reactor 105.7, Opus 94 y Horizonte 107.9; Radio Educación en el 1060 de AM, que depende de la Secretaría de Educación Pública (SEP); Ibero 90.9 FM, emisora de la Universidad Iberoamericana; Radio Universidad, de la Universidad Nacional Autónoma de México; y Politécnico Radio, estación del Instituto Politécnico Nacional.

De acuerdo con la vaga descripción que ofrece la dependencia, el servicio público de la radiodifusión se presenta como todo aquello que no marcha acorde con la radio comercial.

“Si comparamos los medios llamados públicos mexicanos con las emisoras públicas de Europa o Estados Unidos, podemos constatar que hay nulas coincidencias con nuestras experiencias radiofónicas. La situación de indefinición jurídica y la inexistencia de políticas públicas que orienten al quehacer social de los medios no comerciales ha sido un factor fundamental en el escaso desarrollo que han alcanzado nuestros medios”, añade Lidia Camacho, autora de Democracia y medios públicos, y ex directora de Radio Educación.

Por ejemplo, la BBC de Londres, emisora pionera en la radio a escala mundial, es un órgano que depende en parte del Estado, pero cuenta con libertad editorial para difundir los contenidos de toda índole, siempre y cuando vayan acorde con el desarrollo democrático del país. Esta emisora de servicio público es un órgano que representa los puntos de vista del auditorio, no en órgano de denuncia ni en examen arbitrario de la autoridad democráticamente electa, sino en un organismo de debate responsable como parte del proceso democrático.

En 2005, en un encuentro organizado por Radio Educación, la entonces directora de Servicio Latinoamericano BBC, Julia Zapata, detalló si tuviera que elegir una palabra para resumir la relación entre la emisora, el gobierno en turno, la oposición y la sociedad, esa palabra sería responsabilidad, porque cuando “hablamos de servicio público nos referimos a un contrato de responsabilidad compartida de quienes proporcionan el servicio, quienes lo reciben y quienes lo apoyan”. Es decir que la estación la mantienen viva tanto el gobierno como los usuarios.

“La BBC se mantiene económicamente de una aportación que da el Estado, pero también de las contribuciones que el pueblo le da año con año, ya que todo hogar que quiera hacer, ver o escuchar la estación debe de comprar una licencia de 200 dólares. Esto quiere decir que el público siente un vínculo directo con la corporación y en este sentido le va a exigir más que a los otros medios y le va a perdonar menos. Además dicha libertad económica permite ser un órgano autónomo del Estado, tanto en los contenidos como en la elección de sus representantes”, añade Zapata.

En Estados Unidos, por citar otro ejemplo, el Estado aporta sólo 10 por ciento al sustento de las emisoras de servicio público, el resto viene de contribuciones de la población y algunas organizaciones.

De acuerdo con David Giovannoni, presidente de *Audience Research* de Nueva York, “la radio pública estadounidense no únicamente está conceptualmente fundada en el servicio público, sino que se funda financieramente en él, debido a que “nuestros esfuerzos se concentran en el público al que buscamos servir;

nos obliga a mantener la calidad de nuestro servicio y valorar su ayuda, y además, aprovecha el sentido empresarial en nuestro no lucrativo esfuerzo, basado en el servicio público”, agrega Giovannoni en el mismo encuentro de Radio Educación.

Giovannoni señala: “El sistema de Radio Pública Nacional, que nació en 1970 bajo la batuta de Bill Siemering, ha tenido que luchar con los procesos políticos de Estados Unidos. Detalla que a pesar de ello, la independencia económica se ha reflejado en una mayor libertad editorial de la emisora. “Un gobierno que no paga la radiodifusión pública no la controla”, afirma. Es relevante destacar que la Radio Pública Nacional en Estados Unidos es una industria que genera 600 millones de dólares anualmente.

En México, hablar de las características de la radio de servicio público es enumerar serios problemas jurídicos, políticos, económicos y administrativos que nada tienen que ver con las prácticas radiofónicas en otras latitudes. En nuestro país, la radio de servicio público se traduce más como un ideal que como una realidad.

## **Quién es quién en la radio mexicana**

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes señala en su página de internet, consultada a principios de 2009, que en el territorio mexicano hay un total de mil 488 estaciones: 854 de AM y 634 de FM, de las cuales mil 147 son concesionadas, 267 permisionadas y 70 más se encuentran en proceso de instalación.

En tanto, la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión, organización que integra a la mayoría de las estaciones comerciales, detalla en su sitio electrónico que en México hay un total de mil 337 estaciones: 758 tienen concesiones y 94 permisos en AM. En tanto, en FM tiene registro de 384 estaciones concesionadas y 101 permisionadas.

En ambos casos, las estaciones dominantes son las emisoras de corte comercial, es decir aquellas que tienen el derecho de explotar el espectro radiofónico.

A nivel local, en el Distrito Federal, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes tiene registradas en su página en la web (al 2 de abril de 2008) 57 emisoras: 29 en AM y 28 en FM.

De este total se da cuenta que seis tienen permisos en Frecuencia Modulada y 22 están bajo concesión. En tanto, la Amplitud Modulada tiene registro de dos emisoras otorgadas por permiso y 27 dadas en concesión. Sin embargo, al revisar el número de estaciones que trabajan en dicha zona, llegamos a la conclusión de que en total existen 61 estaciones, es decir cuatro emisoras más que las registradas por la dependencia.

Por su parte, la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión (CIRT), tiene reconocidas en su portal de internet las 61 emisoras radiofónicas existentes, de las cuales 28 de ellas pertenecen a la Frecuencia Modulada y 33 trabajan en Amplitud Modulada. Las cifras anteriores indican que la radio capitalina también está bajo el dominio de las emisoras de corte comercial.

En un ensayo de Alma Rosa Alva de la Selva, investigadora de la UNAM, titulado *“Radio, Sociedad y Política en México”*, se explica que a casi 90 años de su surgimiento en el país y de la puesta en marcha de una política estatal favorable al proyecto privado para los medios electrónicos, la radio, y en especial en su vertiente lucrativa, ha crecido mucho, pero avanzado poco en términos de su posible contribución al desarrollo nacional.

La experta en radiodifusión explica que la concentración es una de las características estructurales del medio en el país, ya que sólo “unas cuantas familias y cadenas detentan la estructura de propiedad de la industria y acaparan la operación de las emisoras, ya sea como titulares de las concesiones (aunque a veces figuran con diferente nombre o razón social para un mismo grupo empresarial), o a través de la afiliación a alguna de las poderosas empresas dedicadas a la comercialización de los espacios radiales.

Alva de la Selva detalla que la lista de las emisoras está encabezada por Radiorama y ACIR, que con diez cadenas controlan 75 por ciento del total de las estaciones concesionadas del país. “El centralismo, que persiste como una característica propia del entorno económico, político y cultural del país, tampoco ha sido erradicado del todo de la industria radiofónica de hoy”, dice el texto.

Asimismo, señala que estos grupos siguen aglutinándose en unas cuantas entidades, las de mayor potencial económico del país, ubicadas sobre todo en el norte de la República. “Esta circunstancia explica la continuidad de las conocidas disparidades de la distribución de las emisoras en el territorio nacional, que ubica en los extremos a Sonora, con 110 emisoras, frente a Tlaxcala, con seis, pasando por Veracruz, con 99 y Tamaulipas, con 88”.

La experta indica: “Por lo que toca a los llamados “medios públicos”, puede decirse que, en el marco de la ausencia de una política de Estado que los oriente hacia una auténtica configuración de dicha naturaleza, al menos en su acepción original, han continuado operando en la misma ruta de hace años, es

decir, sin un proyecto suficientemente claro, sin sello propio y con un funcionamiento en el cual algunos de los criterios aplicados resultan ambiguos”.

### **Radio comercial VS radio pública**

La definición de radio de servicio público se otorga para aquellas estaciones que cumplen con la característica de ser autónomas, tanto en la parte editorial como en la parte financiera. De acuerdo con la investigadora de la Universidad Autónoma Metropolitana, Patricia Ortega, en México no hay auténticamente medios públicos, porque el Estado no ha tenido interés en desarrollarlos y un factor determinante en el avance de estos medios, comenta, ha sido la indefinición jurídica y la inexistencia de políticas públicas que los orienten.

Desde hace más de dos décadas, académicos como Beatriz Solís Leree, Javier Esteinou Madrid, Virgilio Caballero y entre otras personas dedicadas al estudio de la radio en México, han trabajado para darle validez jurídica a la radio de servicio público y en pocas ocasiones el gobierno ha reconocido la necesidad de un marco reglamentario en donde se incluyan a los medios públicos.

Los medios públicos en nuestro país son aquellos que dependen económicamente del Estado, según lo señala el acuerdo de la Secretaría de Gobernación, descrito con anterioridad. Esta característica hace que dichos espacios de expresión sean sublimes al gobierno en turno, porque depender económicamente de una sola instancia es someterse a su voluntad.

En este sentido, el replanteamiento del financiamiento es un tema a discusión, pues cada vez es mayor la competencia y la ventaja que tienen las estaciones comerciales y con ello la radio de servicio público tiende a ser borrada del mapa por la falta de recursos.

Por años, explica Alma Rosa Alva de la Selva, las emisoras dedicadas al servicio público han luchado por mantener un presupuesto digno a las necesidades de sus trabajadores y las penurias del ejercicio radiofónico, por lo

cual se han visto involucradas en distintos problemas económicos para mantenerse a flote.

Por ejemplo, Radio Educación, emisora cultural pionera en nuestro territorio, en 2005 captó ingresos por 65 millones 338 mil 720.93 pesos, tan sólo cinco millones 515 mil 045.63 pesos más que en 2004, según su Informe de Rendición de cuentas de ese año.

De la cantidad señalada, detalla el documento, sólo obtuvo 5 millones 753 mil 789.03 pesos de operaciones diversas, de las cuales 3 millones 384 mil vinieron de un apoyo temporal del Conaculta y la SEP, para la regulación de pagos de honorarios y para la capacitación de servidores públicos, respectivamente, mientras que el resto lo logró al ofrecer servicios de coproducción de series radiofónicas con entidades públicas y privadas.

Por su parte, el Instituto Mexicano de la Radio deja ver en su informe de Rendición de cuentas de 2005, que requirió 105 millones 430.78 mil pesos para sobrevivir en ese año. Al comparar las cifras debemos tener en cuenta que Radio Educación ocupó todo su dinero en una sola emisora, mientras que el IMER usó su capital en 20 estaciones que transmiten para toda la República mexicana.

Estas cifras resultan contrastantes si comparamos lo que gobierno federal dio a Televisa por la compra de espacios publicitarios en 2003, que fue de 531 millones 466 mil 16.95 pesos, de acuerdo con el artículo *La prioridad, Televisa*, publicado por la Revista Etcétera.

Ese año también se llevaron cabo elecciones federales intermedias y el gobierno aumentó sensiblemente el gasto publicitario al pasar de los mil 681 millones 560.55 pesos erogados en 2002 a 3 mil 88 millones 733 mil 308.58 pesos en 2003, según la publicación especializada en medios.

De acuerdo con *Etcétera*, el presupuesto destinado al pago de honorarios en los últimos años fue el siguiente: en 2002, 9 millones 830 mil 552 pesos; 2003,



10 millones 79 mil 127 pesos; 2004, 7 millones 923 mil pesos; 2005, 7 millones 637 mil 342 pesos; 2006, 8 millones 287 mil 460 pesos, y para 2007, 7 millones 285 mil 682 pesos.

Estos datos reflejan el interés del Estado en proveer a las estaciones de servicio público de recursos suficientes para mantenerse en el dial. Dada esta situación de fluctuación financiera, las emisoras de servicio público se han dado a la tarea de buscar nuevas formas de subsistencia: coproducciones radiofónicas o producción de programas de radio para diversas empresas públicas o privadas.

Recordemos que este tipo de frecuencias no pueden lucrar con el espectro, y pocas de ellas pueden recurrir al patrocinio, que es una forma discreta de vender tiempo aire, sin embargo este tipo de comercialización no es muy frecuente en estaciones de servicio público, debido al prejuicio que existe en ver al auditorio como un consumidor, además, en muchas ocasiones, los grandes medios de comunicación condicionan a sus patrocinadores para que no puedan asociarse con los medios públicos.

El periodista Gabriel Sosa Plata apunta en un artículo para la *Revista Mexicana de la Comunicación*, que los pequeños radiodifusores, sobre todo los agrupados en la organización Radio Independiente, han reiterado desde siempre que las emisoras de AM sufren una crisis económica en diversas partes del país. Tal situación, detalla, ha derivado en intensos movimientos de compra-venta de radiodifusoras.

El también investigador de la UAM Cuajimalpa explica que tan sólo durante el año 2006, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) y posteriormente la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) autorizaron el traspaso de 73 concesiones, de las cuales 34 fueron de AM. Del 1 de diciembre de 2000 al 3 de agosto de 2006, hubo 212 traspasos aprobados, de los cuales 110 correspondieron a emisoras de AM y 102 de FM, de acuerdo con datos de la Cofetel.

Gabriel Sosa explica que tales movimientos significaron, en algunos casos, una modificación de la razón social de los concesionarios, lo cual no altera el número de emisoras pertenecientes a los grupos radiofónicos. En otros sí implicó la adquisición de emisoras y el consecuente fortalecimiento de las organizaciones radiofónicas dominantes del sector como Radiorama, Grupo Radio Fórmula y Grupo ACIR.

“De los nuevos jugadores destacó el empresario Olegario Vázquez Raña, quien a lo largo del sexenio foxista adquirió 19 emisoras en el país (en realidad serían 20, porque una de ellas opera bajo la modalidad combo), como parte de su plan para convertirse en un fuerte grupo de medios, denominado *Imagen*, y que a la fecha aglutina, al periódico *Nuevo Excelsior* y al Canal 28 de televisión abierta, este último comprado al empresario Raúl Aréchiga Espinosa”, comenta Sosa.

Cuando Felipe Calderón toma la presidencia del país prometió que durante su administración promovería la **convergencia**, la **cobertura** y la **competencia** en las telecomunicaciones.

“Con estas tres “c”, dijo Calderón, se impulsará el acceso universal de los mexicanos a la Sociedad de la Información, al tiempo que se establecerán mejores condiciones de mercado que generarán un bienestar para los consumidores y para las empresas”, según explica el periódico *El Universal* en su publicación del 21 de noviembre de 2006.

Aunado a estas propuestas, dentro de los 100 compromisos de campaña por realizar durante los primeros 100 días del Gobierno Federal, se encuentra el inicio de los procedimientos de licitación pública o para obtener permisos de nuevas estaciones en ciudades susceptibles de ser atendidas con nuevos servicios de radio y televisión, las cuales no fueron cumplidas durante el plazo establecido, y hasta agosto de 2009 no se ha tenido respuesta alguna.

De tal forma que en la XLVIII Semana Nacional de Radio y Televisión, realizada en octubre de 2006, diversas voces plantearon que antes de que

fuera promovida la entrada de nuevos jugadores al sector, era necesario proteger a los operadores que han desarrollado la industria. Lo que se exigió en esa reunión fue beneficiar a los radiodifusores de AM, que tienen 60 años en la industria y después que venga la nueva competencia, según comentó el presidente de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) y directivo de Radiorama, Enrique Pereda.

Parece ser que la competencia es el meollo del asunto, pues de acuerdo con el ex senador de la república, Javier Corral, la oferta de Calderón no sólo correspondía a un programa de concesionamiento, sino también permisionario, régimen sobre el que operan mayoritariamente los medios públicos y la radio comunitaria, de ahí que el primer asunto a resolver sea la manera como se distribuirán las frecuencias disponibles, incluidas las de radiodifusión sonora digital por vía satélite (DARS), estas últimas con posibilidad de cobertura en todo el territorio nacional. Como se sabe, en nuestro país el desequilibrio entre el modelo comercial y público es abismal, apunta el ahora investigador de la radio en nuestro país.

La investigadora de la UNAM, Alma Rosa Alva de la Selva, señala que en el cuadrante el modelo comercial acapara el 85.4 por ciento de las emisoras, las cuales funcionan como concesión. La investigadora detalla que las radios con un fin distinto al lucrativo –cultural, educativo, comunitario, universitario, estatal o indigenistas– sólo tienen 14.6 por ciento del cuadrante a escala nacional, lo cual resulta injusto para la industria de la radio pública y para los ciudadanos que buscan nuevos espacios de expresión.

La vida de los “medios públicos” ha mantenido un constante desaire por la indefinición jurídica que viven, el desinterés mostrado por mejorar su condición y hasta el lugar que ocupan dentro de las prioridades del gasto publicitario federal, afirma la revista *Etcétera*.

En sentido, Alma Rosa Alva de la Selva explica: “Los contrastes se aprecian fácilmente en la vida nacional. Por ejemplo, en el campo de la radiodifusión las disparidades también están ahí: la radio casi marconiana de las comunidades

rurales convive con una de las industrias radiofónicas más tecnificadas del continente, y la penetración de Internet, más lenta de lo que estiman las proyecciones de las consultoras, reserva a un grupo reducido de la población nacional la constelación tecnológica en la que, en el marco de la convergencia, comienza a sumergirse la radio. Grandes presupuestos publicitarios fluyen por la televisión y la radio concesionadas -en ese orden-, mientras las finanzas del sector “permisionado” son raquíticas...”.

En México, los medios públicos pueden ser parte de ese contrapeso que haga frente a la concentración y predominio de la oferta que representan los grandes consorcios; sin embargo, el gobierno no los ha considerado dentro de las prioridades y ha desaprovechado así una forma para crear un sistema de medios públicos con finanzas sanas.

## CAPÍTULO II

## II. ¿Corresponde la XEDTL a un proyecto de Radio Ciudadana?

“El pensamiento es hijo de la palabra, no al revés,  
Nos hacemos hombres y mujeres a través del diálogo,  
de la comunicación. Somos cuando decimos que somos”

*José Ignacio López Vigil*

La historia de las radios ciudadanas nos remite a las estaciones llamadas comunitarias, cuyo concepto nace en Europa Occidental a finales de los 60 y principios de los 70 del siglo pasado.

El papel de estas frecuencias fue romper el monomio de los sistemas públicos de radiodifusión y devolver la voz a la sociedad para propiciar la atracción de canales democráticos de expresión.

De acuerdo con Manuel Chaparro, investigador de la revista *Telos*, institución de Fundación Telefónica dedicada al estudio de los medios de comunicación, las democracias europeas de esa época buscaban alejarse del paternalismo de la posguerra y comenzaron a oír la voz de los ciudadanos.

Así, encontramos ejemplos en Francia y en Milán, Italia, donde aún existen frecuencias que nacieron influenciadas por una cooperativa de trabajadores y que ahora son empresas sumamente rentables que transmiten a todo el continente.

Las emisoras comunitarias europeas se caracterizan por contar con una legislación que las reconoce, además de que son instituciones independientes del gobierno, lo cual les da libertad económica y editorial.

Aleida Calleja y Beatriz Solís Leree explican en su libro *Con Permiso*, que en Francia la legislación reconoce a este tipo de emisoras y les otorga las facilidades financieras para su mantenimiento.

En nuestro continente, son pocos los países que dentro de su ley reconocen y legitiman a este tipo de emisoras. Entre los ejemplos que destacan está Canadá, donde las frecuencias tienen los mismos derechos y obligaciones que las estaciones privadas. Para su sostén cuentan con un acceso a los recursos públicos, venta de tiempo aire y pueden recibir cooperación.

En América Latina las radios comunitarias nacieron bajo diversos apelativos. A pesar de que se conocen con seudónimos distintos, todas ellas nacen, o por lo menos la mayoría, de movimientos insurgentes; es decir son, defensoras de los movimientos populares y luchan ante la represión económica y política que han vivido sus poblaciones.

Manuel Chaparro dice que éste es el gran contraste entre las estaciones europeas, pues en las emisoras del viejo continente la necesidad de producir cambios sociales está más relacionada con la reivindicación de renovar estructuras, que con la supervivencia diaria. .

Chaparro explica que las radios comunitarias y ciudadanas del viejo continente se orientan ante todo hacia la sensibilización; en América Latina este discurso está presente, pero fundamentalmente construyen modos de vida, articulan cooperativas, trabajos colectivos, redes de solidaridad y defienden intereses comunitarios.

“La evolución sufrida por la radio comunitaria o ciudadana en América Latina viene marcada desde su nacimiento por dos factores: primero por su articulación en redes regionales, y segundo, por haberse convertido en actores comunitarios que buscan el cambio mediante acciones integrales”, comenta Chaparro.

El movimiento de reivindicación y uso de la radio como expresión y altavoz de la expresión popular surgió en Latinoamérica antes que en Europa, añade Chaparro.

Y es que la tarea de las estaciones europeas sólo consigue presencia cuando trabajan con colectivos de inmigrantes. La visibilidad de la población de inmigrantes en la mayoría de los medios favorece la apropiación de las estaciones no lucrativas.

Según Manuel Chaparro, las estaciones de corte comunitarios son pocas en Europa y están sometidas a exigencias de potencia de emisión, lo que les restringe la capacidad de incidencia “ante la maquinaria tecnológica y propagandística de los medios públicos y comerciales”.

Aunque no en todos los países la situación sea similar, lo cierto es que los resultados de estas emisoras son escasos, afirma el investigador de Telos.

“Las líneas de programación no consiguen tener incidencia social y los grupos que las lideran se empeñan en trabajar un discurso elitista que les impide crecer popularmente. Máxime cuando la sociedad europea es hoy más individualista que nunca y su capacidad de movilización se reduce a situaciones políticas puntuales”, argumenta Chaparro.

### **Una onda de reconocimiento**

La legislación, y por ende, el reconocimiento de las radios comunitarias es el talón de Aquiles de las experiencias internacionales, por lo menos en América Latina. Pese a esto, hay ejemplos de voluntad y constancia, tanto por parte de las autoridades como de las asociaciones que buscan el reconocimiento. Los más sobresalientes son:

- En Ecuador, en 2002, se aprobó la legislación respecto a las estaciones comunitarias, gracias al trabajo de la Coordinadora de Radios Populares y la Confederación de Nacionalidades. Esta ley, según expertos, es la más avanzada en la región.

La norma establece las condiciones, requisitos, potestades, derechos y obligaciones por igual tanto a las emisoras de corte comercial como a las



comunitarias. Esto equivale a que existe la misma oportunidad de potencia y obtención de recursos publicitarios, tanto para los sistemas de radio como de televisión. La única diferencia es sobre la obtención de beneficios económicos; los obtenidos por las emisoras comunitarias tendrán que ser destinados al mantenimiento y sustento de la emisora para evitar lucrar con la señal.

“Las estaciones que nacen de una comunidad u organización indígena, afroecuatoriana, campesina o cualquier otra organización social, que su labor esté orientada al fortalecimiento de la comunidad, a la consolidación intercultural y social, a la defensa de los valores humanos, históricos, artísticos, que afiancen la identidad nacional y vigoricen la vigencia de los derechos humanos, pueden realizar autogestión para el mejoramiento, mantenimiento y operación de sus instalaciones, equipos y pago de personal a través de donaciones, mensajes pagados y publicidad de productos comerciales”, aclara la legislación en su título segundo.

Además, la organización de las empresas comunitarias está conformada por cooperativas sociales donde los periodistas pueden aplicar principios de horizontalidad en la toma de decisiones. Esto facilita la profesionalización de éstos en los medios.

- En Venezuela, describe Solís Leere y Aleida Calleja, la radio comunitaria está definida como “un servicio de radiocomunicación que permite la difusión de audio destinada a ser recibida por el público en general, como medio para lograr la comunicación libre y plural de los individuos y las comunidades organizadas en su ámbito respectivo” (según la Ley Orgánica de Telecomunicaciones de junio de 2000).

Detallan: “La ley de responsabilidad social en radio y televisión de 2004, tiene un capítulo denominado Democratización de los Servicios de Radio y TV comunitarios de servicio público, sin fines de lucro, que permite la publicidad y patrocinios hasta por 15 minutos cada hora y al mismo tiempo exige que la emisora rinda cuenta a la comunidad a la que sirve”.

A pesar de estas oportunidades que ofrece la legislación de Venezuela, la organización Reporteros Sin Fronteras detalla que con esta ley "las autoridades dispondrán de todo un arsenal de sanciones, incluyendo fuertes multas y la suspensión, o el retiro, de la concesión a los medios que incurran en falta. Un dispositivo así sólo podrá animar a los medios a autocensurarse, o bien dar lugar a abusos por parte de las autoridades.

"El gobierno había anunciado una amplia consulta sobre el proyecto de ley pero, al final, no se ha producido ninguna modificación significativa. En la versión aprobada, el texto sigue incluyendo las dos disposiciones más peligrosas para la libertad de prensa: el órgano destinado a controlar la aplicación de la ley continúa compuesto mayoritariamente por representantes del Estado, o controlados por éste; y se mantiene la figura de las 'medidas cautelares', que restablece la censura", señala el organismo en un carta dirigida a Andrés Izarra, Ministro de Información y Comunicación del país sudamericano.

La Ley persigue el objetivo de adaptar la programación audiovisual al público juvenil. Ahora debe examinarla la Comisión Parlamentaria de Medios, Ciencia y Tecnología, antes de ser sometida al Parlamento, para su aprobación definitiva, detalla la carta.

- Colombia también llama la atención. Sus medios de comunicación, incluidos los comunitarios, fueron legislados en 1994. La norma que los atañe obliga a cada municipio a otorgar una concesión a colectivos sociales.

A estas frecuencias se les permite la emisión de 15 minutos de publicidad por cada hora. La ley, que se aplicó a los 25 municipios más poblados de Colombia, establece que la propiedad de estos medios debe estar en manos de una comunidad organizada con personalidad jurídica.

Ernesto Lamas, coordinador ejecutivo de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias en Latinoamérica y cofundador de la radio *La Tribu de Buenos Aires*, explica que la experiencia en América Latina es muy reciente.

Incluso en México, gracias al trabajo de Aleida Calleja, como representante de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), y de la profesora Solís Leree, entre 2004 y 2005 se obtuvo el reconocimiento de 11 emisoras a escala nacional, de las 17 que están afiliadas a la AMARC.

Como lo describen muy bien Calleja y Solís en su libro *Con permiso*, algunas emisoras indigenistas suelen confundirse como estaciones comunitarias; sin embargo, de acuerdo con las autoras, ésta es una visión equivocada, ya que las primeras son controladas en su mayoría por el Estado.

A pesar de lo anterior, en 1996 en el acuerdo entre el gobierno y el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), durante los Diálogos de San Andrés, se plantea formalmente la demanda de que los pueblos indígenas tengan medios de comunicación propios, con lo cual se abre la puerta hacia las radios comunitaria.

Con esto, por primera vez en la historia se reconoce legalmente el derecho de las comunidades de acceder a frecuencias para medios electrónicos y se incorpora en el artículo 2º de la Constitución mexicana, sin embargo, el candado se puso cuando ese derecho se vincula a la frase: "...en los términos que las leyes en la materia determinen". Pues mientras la Ley Federal de Radio y Televisión no se modifique, este derecho seguirá siendo meramente enunciativo, un derecho en el papel. Por otro lado, sólo se reconoce a los pueblos indígenas y no a la ciudadanía en general, dicen Solís y Calleja.

### **De la bocina a la comunidad**

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco por sus siglas en inglés), una radio comunitaria se

define con la palabra "comunidad", que "designa la unidad básica de la organización social y horizontal".

“Usualmente es considerada como complemento de las operaciones de los medios tradicionales, y como un modelo participativo de administración y producción de medios”, dice el organismo internacional en su informe anual de 2002.

Agrega que “las radios llamadas comunitarias, educativas, participativas, rurales, insurgentes, interactivas, alternativas y ciudadanas son, en muchos casos, y cuando actúan en el marco de la legalidad, las que ocupan los espacios que dejan los medios masivos; se erigen como medios que canalizan la expresión donde los integrantes del sector pobre suelen tener mayores oportunidades de acceso y participación en relación con las posibilidades que pudieran tener en los medios tradicionales”.

“Estas estaciones –continúa el informe– responden en muchos casos a las necesidades, intereses, problemas y expectativas de sectores muchas veces relegados, discriminados y empobrecidos de la sociedad civil”.

“La necesidad creciente de información de las mayorías y minorías sin acceso a medios de comunicación, y su reivindicación del derecho de comunicación, de libre expresión de ideas, de difusión de información hace imperante la necesidad de buscar bienes y servicios que les aseguren condiciones básicas de dignidad, seguridad, subsistencia y desarrollo”, detalla.

Por su parte, la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) señala en su página de Internet que "la radio comunitaria hace referencia a un perfil y objetivos específicos, mostrando la diversidad y la de los diferentes sectores y movimientos sociales, su objetivo es buscar y defender la legalidad democrática, propiciando la focalización de problemas específicos, fungen como verdaderas tribunas abiertas a la sociedad, por ello se dirigen a perfiles y sectores concretos de la población; su principal sello es la rentabilidad sociocultural y de servicio que le den a su público a través de la participación

sistemática en la toma de decisiones, producción y transmisión de mensajes propios en medios, el auditorio es algo más que rating, cartas de complacencias y opiniones al vuelo".

Una radio comunitaria y ciudadana se define así en la medida de que su misión está relacionada con el ejercicio de los derechos ciudadanos, señalan Aleida Calleja y Beatriz Solís, en su libro *Con permiso*.

"Las emisoras comunitarias y ciudadanas son espacios de recomposición del tejido social, son lugares de representación de diferentes identidades culturales y de construcción de la democracia, pues ejercer la ciudadanía es dejar de ser neutrales", explican Claudia Villaseñor y Ernesto Lamas, en su libro *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*.

Las estaciones ubicadas dentro de este esquema muestran la realidad de los diferentes sectores que integran la sociedad. Exponen los problemas y las necesidades de estos grupos para incidir en el tejido social.

"Mientras la política pierde credibilidad, la televisión y la radio se construyen en los espacios donde la gente participa, denuncia, reclama; son lugares donde la gente concurre para hacer la denuncia que otro tiempo recibiría el juez o el policía, el espacio donde la realidad se legitima, pero al mismo tiempo es el lugar de la manifestación de las estéticas diferentes, de expresiones culturales, sociales y religiosas", señalan Villaseñor y Lamas.

En entrevista, Aleida Calleja, ex presidenta mundial de AMARC, detalla que las radios comunitarias y ciudadanas tienen que ser parte de un proyecto político apartidista. En este sentido, se deben enfocar a problemas concretos, es decir, en el contexto social donde nace y se desarrollan.

El libro *Con permiso* lo resume de esta manera: "Responde a un proyecto político, de mediano y largo plazo y las decisiones sobre su función son tomadas por el grupo que sostiene dicho proyecto, es una reivindicación frente a los poderes".

Los derechos ciudadanos tienen que ser el principal motor de estas frecuencias; el sujeto ciudadano, socialmente activo con capacidad de incidencia y negociación, debe ser el protagonista de las emisoras. Estos individuos son los que contribuirán al desarrollo y progreso de estos proyectos.

Las estaciones con este corte deben de ofrecer espacios para la opinión y el ejercicio al disenso, para publicar todo lo que afecta la vida social y así propiciar el diálogo entre los habitantes de una región. De cierta manera, dice la maestra Solís Leree, sirven de contrapeso del poder político y administrativo, eso es “hacer radio comunitaria”.

En este sentido, el propósito de las radios comunitarias es modificar el orden de los poderes y así la vida diaria de los ciudadanos, es por ello que también responde a las necesidades de identidad social de los grupos que por su condición social o económica quedan marginados.

Comúnmente hablar de estas emisoras implica imaginar estaciones con poco presupuesto y con poco alcance, es decir, poca señal. Sin embargo, ejemplos como *Radio Izcanal*, en El Salvador; *La tribu*, en Argentina; *Radio Favela*, en Brasil, y *Teocele* en México, han demostrado lo contrario.

Si hablamos de comunitario, es porque hacemos referencia a la comunidad, ya sea de una ciudad de miles de habitantes o un pequeño poblado en la sierra. Según Aleida Calleja, equiparar a una estación comunitaria con baja potencia fue la salida que encontraron varios países para limitar el crecimiento de este esquema. “Pequeñas para que no molesten”.

La Radio de los Ciudadanos, que cumple con los mismos objetivos y tiene la misma tarea: educar, entretener y otorgar la palabra a los que no tienen voz, para hacer públicos los asuntos que atañen a una sociedad, es un buen ejemplo de que no se necesita estar en un región pequeña o tener una estación de baja frecuencia para ser llamada ciudadana o comunitaria.

La propuesta de la XEDTL, y cualquier radio comunitaria, tiene una misma visión: la participación popular. “Que la gente hable y que hablando se haga más gente. Nada nos humaniza más que la palabra”, dice José Ignacio López Vigil, coordinador regional de AMARC para América Latina y el Caribe.

El experto aclara que obviamente se hace referencia a la palabra pública, porque hablamos mucho, “pero en privado, con las comadres, en la cocina, en el traspatio”.

Es por esto que la radio ciudadana tiene un público meta muy definido, es decir, está dirigida a todo aquel que se quiera poner la camiseta de ciudadano, es decir, que concientice lo que es ser ciudadano, pero ¿quiénes lo son y cómo se llega a tener una verdadera ciudadanización?

### **De espectador a ciudadano**

Cuando una persona enciende su aparato receptor, regularmente lo hace para escuchar música, noticias o para saber la hora, pero casi nunca realiza esta actividad para ejercer su derecho de ser escuchado. Ésta es la gran diferencia entre las estaciones comerciales y las estaciones ciudadanas.

Ciudadanía es un concepto mal entendido, ya que este término se asocia con la idea de urbanidad y entenderla de esta manera es excluir a las comunidades campesinas y rurales. La otra idea errónea de este modelo es pensar que estas estaciones sólo van dirigidas a personas adultas, porque solamente te dan la credencial de elector cuando llegas a la mayoría de edad.

El investigador Israel Bolaños Galán, en su libro *¿Qué es y qué significa ciudadanía?*, señala que la idea de ciudadano parte de una disposición de la personalidad en cumplimiento de ciertos atributos: determinación individual, conciencia, educación en un amplio sentido de la palabra, libertad, autonomía y capacidad para tomar decisiones y emitir juicios.

Si bien estas características son adquiridas a cierta edad, no se debe tener la mayoría de edad para ejercerlas, ya que un buen ciudadano es útil a sus similares y está dispuesto a participar en asuntos públicos, además de que acata la ley y respeta la integridad de otros.

Bolaños detalla que entre otros aspectos, un buen ciudadano es aquel que cuenta con lealtad, responsabilidad, integridad y tolerancia. “No hay ciudadanía sin civismo. Podríamos hablar de que existen ciudadanos con derecho a expresarse, pero carecen de civismo al momento de manifestarse debido a que incurrir en actos violentos o que afectan o sobrepasan los derechos de otros ciudadanos”, dice.

El ciudadano, además, debe de tener ciertos atributos de pertenencia que expresen su capacidad para entender las diferencias multiculturales a la vez que se traduce en referente político eficaz; este ciudadano debe ser capaz de debatir, racionalizar su debate y elegir, por lo que es requisito esencial entender la lógica de una democracia plural. Es pues un ciudadano activo, gobernante.

El investigador, Néstor García Canclini, comenta que un elemento distintivo de los ciudadanos es precisamente la igualdad político-jurídica, el acceso a todos los servicios urbanos y las actividades que se desarrollan en la ciudad, y la existencia de mecanismos reductores de la desigualdad y estimulaciones de la movilidad social.

La igualdad político-jurídica vinculada al estatuto del ciudadano, es primordial, “como dijo Kelsen: todas las personas que conviven en el mismo territorio y están sometidas a las mismas leyes deben tener los mismos derechos y deberes”, apunta García Canclini.

Bolaños agrega que es razonable pensar en la importancia capital que tiene el ciudadano para que el Estado constitucional democrático pueda existir, consolidarse y desarrollarse en extensión y profundidad. “La exigencia es la misma en lo que respecta a la existencia de los partidos políticos, pues el



ciudadano es la base y el vértice de ambas instituciones, de lo contrario estamos hablando de „castillos de arena’ que no podrían sostenerse por sí mismos”.

En este sentido, es importante decir que los ciudadanos deberán tener un criterio amplio y abierto para someter a la revisión sus ideas y a la luz de la experiencia, corregirlas, pues esto constituye parte de la riqueza pública disponible para la sociedad.

Como en una democracia representativa son los ciudadanos quienes eligen a sus representantes, es necesario que los electores tengan una serie de virtudes para el ejercicio de una ciudadanía responsable:

- Virtudes generales: coraje, respeto de la ley y lealtad.
- Virtudes sociales: independencia y apertura mental.
- Virtudes económicas: ética del trabajo, capacidad de postergar las gratificaciones, adaptabilidad al cambio económico y tecnológico.
- Virtudes políticas: capacidad de reconocer y respetar los derechos de los demás; disposición a no exigir más de lo que se puede pagar; capacidad de evaluar el desempeño de quienes ocupan cargos públicos; disposición a participar en el debate público.

El experto agrega que las características en las que se ha puesto énfasis cuando se define a un ciudadano mexicano, hablan más de un patriota, así quedó establecido desde el nacimiento como nación puesto que las “primeras constituciones mexicanas contenían un impulso doble: por un lado, eliminaban los criterios de casta y esclavitud a fin de crear una nacionalidad de base amplia que incluyera a todos los nacidos en México y a los que residieran en el país (...) La categoría de ciudadano no fue (y aún no es) idéntica a la de nacional en el discurso político: de hecho, la relación entre ambas era de tipo jerárquico. La categoría de ciudadano mexicano abarca a la de nacional mexicano y tenía facultad de representar a la totalidad de la nación en los asuntos públicos”.

Por otra parte, la ciudadanía se define como la posesión de derechos. La construcción de esta implica que la sociedad civil se libere de la interferencia del Estado y que los ciudadanos logren su autonomía plena, labor imprescindible con el desarrollo del Estado moderno y su aparato de gobierno, de una gran capacidad de control a través de “la recolección y almacenamiento de información sobre los miembros de la sociedad y la capacidad asociada de supervisar a las poblaciones bajo su dominio”, dice Bolaños.

Una sociedad civil vigorosa se construye con el sustento de la ciudadanía: de individuos libres y autónomos capaces de vivir con responsabilidad, tolerancia y respeto. El profesor de Filosofía de la Universidad de Ontario, en Canadá, William Kymlicka, define a la ciudadanía a partir de la adquisición de derechos de minorías, clasificados como sigue:

**Derechos de autogobierno:** La delegación de poderes a las minorías nacionales expresadas por medio de alguna forma de federalismo.

**Derechos poliétnicos:** Apoyo financiero y protección legal a ciertas prácticas asociadas con grupos étnicos o religiosos en particular.

**Derechos especiales:** de representación. Sitios garantizados para grupos étnicos o nacionales dentro de las instituciones principales del Estado.

“Un problema que tenemos aquí es que la discusión pública mexicana ha mitificado un poco el término de ciudadanos. A veces se les llama ciudadanos a quienes no están en partidos políticos o a quien no tienen un cargo en el gobierno”, dice en entrevista el investigador, Raúl Trejo Delarbre.

Para Mercedes Charles, asesora del Observatorio Ciudadano de Medios Electrónicos, el ser ciudadano significa pertenecer y hacer de uno los problemas de la sociedad, pero también participar en la solución.

“No podemos estar apáticos hacia lo que está pasando dentro de la sociedad y pensamos que la ciudadanía es ahora un tema clave en la construcción de las democracias modernas, al igual que los medios de comunicación.

“La ciudadanía implica un encuentro del yo con el otro, por ello la comunicación siempre ha estado presente dentro del concepto de ciudadanía”, expone.

Además, agrega que la afluencia sobre todo de las nuevas tecnologías hace que su ejercicio ya no se restrinja a un espacio agotado por las fronteras.

“Hoy se puede ser simultáneamente ciudadano de una localidad, de la región, del país, del continente, del mundo, pero nuestra mirada siempre va estar mediada por nuestro contexto social y personal”, dice Mercedes Charles.

### **¿Los medios influyen?**

En este tema, el papel de los medios de comunicación es importante porque ayuda a la maduración de la conciencia colectiva tal y como nos lo revela el crecimiento de la audiencia de las emisoras culturales en México.

Los medios pueden y deben contribuir a la transformación de súbditos a ciudadanos, pues disponen de una gran capacidad de penetración e impacto entre y sobre la población y algunos conductores de los medios tienen gran credibilidad entre su público, por lo cual se convierten en mediadores frente a las instituciones del Estado, del que exigen la solución de diversas demandas como la solicitud de información o el planteamiento de la rendición de cuentas de quienes ocupan cargos públicos.

Una sociedad que mayoritariamente tiene bajos niveles de escolaridad, que no está muy informada de los problemas de la vida pública, que padece de niveles de pobreza graves, que ha estado acostumbrada a los métodos del corporativismo y del clientelismo, a las prácticas de corrupción en la impartición de justicia, es ciertamente una ciudadanía frágil para la democracia.

Rosalía Winocur, en su libro *Ciudadanos Mediáticos*, retoma del investigador español Martín Barbero lo siguiente: “lo propio de la ciudadanía de hoy es hallarse asociada al reconocimiento recíproco, esto respecto al derecho de

informar y ser informado, de hablar y ser escuchado, para poder participar en las decisiones que conciernen a la colectividad”.

La investigadora de la Universidad Autónoma de México (UNAM), explica que ahora los noticieros tienen cada vez un carácter menos informativo y se vuelven más pedagógicos. “La información y el entretenimiento adquieren su verdadera dimensión cuando consiguen ordenar, acotar, simplificar y aligerar los marcos de referencia para articular en el pensamiento la realidad”, dice.

Al respecto, Mercedes Charles, plantea que siempre se ha dicho que a los medios no les corresponde educar, eso le toca a la escuela. “Realmente los medios nos están educando, porque nos brindan visiones del mundo y de la vida, nos dicen cómo debemos de estar, cómo debemos de vivir la vida, cómo debemos de vestirnos, de pensar y de soñar”, agrega.

Y es que la radio ha jugado un papel fundamental para los grupos ciudadanos, así como para el grueso de la población. La denuncia y la exposición de problemas que achacan a los individuos son el principal motor de este medio.

Según Winocur, los diferentes sectores de una sociedad utilizan la radio de forma distinta. Explica que en el sector medio-alto intelectual, el individuo se siente sujeto de derecho y percibe el hecho de participar como un acto de intervención pública para denunciar hechos de injusticia social y política, o simplemente como la obligación de dar un punto de vista en asuntos de interés colectivo.

Mientras que en sector de nivel socio cultural medio-bajo, la participación tiene fundamentalmente el estilo de la denuncia, la queja o pedido de auxilio, casi siempre basados en experiencias personales o en situaciones que afectan al grupo de pertenencia. “La participación constituye un acto de privatización de un foro público para usarlo con fines particulares o locales, y también representa una opción que se ejerce en forma individual cuando fallan otras instancias de mediación frente a las autoridades”, puntualiza.

La experta en el tema señala que así como a los ciudadanos les interesa exponer en un medio masivo sus puntos de vista, los dueños de las estaciones se sienten satisfechos y complacidos de que las personas se comuniquen para exponer sus casos.

Lo que importa para ambos (radio y ciudadanos) es el factor publicidad. Para los ciudadanos o espectadores significa visibilizarse, estar en la escena pública; para los medios lo vital son las historias que venden y generan credibilidad.

Winocur añade: “Los ciudadanos, movimientos y organizaciones sociales necesitan de la radio para hacer visibles sus demandas, socializarlas y replicar en gran escala sus contenidos y la radio requiere de los ciudadanos de carne y hueso llamando, solicitando, exigiendo, opinando, criticando, acordando o desmintiendo, para legitimar su actuación”.

Esta dependencia nos obliga a replantear los espacios público y privado. Wonocur reflexiona al respecto: “Tocar el concepto de privado es hablar de un lugar de introspección individual en donde se realizan las acciones que corresponderán siempre en beneficios o perjuicios personales. Por el contrario, hablar de lo público es, según el matiz o contexto de que se trate, hacer referencia a lo estatal, lo accesible a todos, lo que a todos concierne”.

En este sentido, departir de algo público, desde el punto de vista jurídico, es hacer referencia al Estado y sus órganos administrativos. Para la sociología es entrar de lleno con el conjunto de personas que forman una colectividad. Público tiene el sentido de grupo indiferenciado equivalente a masa.

De acuerdo con Daniel Innerarity, investigador español, autor del libro *El nuevo espacio público* y colaborador del diario *El País*, lo público sería entonces el conjunto de procedimientos mediante el cual las decisiones políticas colectivas son formuladas, discutidas y adoptadas. Caracteriza aquello que es de interés general y apela a un espacio de acción en el que todos los miembros de una

comunidad, siempre política, resulten dialógicamente los asuntos que se refieren a toda la sociedad.

De acuerdo con Patricia Ramírez Kuri, investigadora de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO-México), desde una perspectiva socioterritorial, el concepto de espacio público se ha definido como el lugar común donde la gente lleva a cabo actividades cotidianas, funcionales y rituales que enlazan a la comunidad.

En este sentido, el espacio público es un elemento de la sociedad en donde se desarrolla la vida política en conjunto. Lo que hoy llamamos espacio público tiene su precedente en la idea de plaza pública o ágora, el lugar en el que los ciudadanos se encontraban para discutir los asuntos concernientes al gobierno de la ciudad.

Como concepto jurídico, está sometido a una regulación específica por parte de la administración pública, ya sea propietaria o por la facultad de dominio sobre el suelo, la cual garantiza la accesibilidad a todos y fija las condiciones de desarrollo e instalación de actividades. Es un lugar donde los problemas son señalados e interpretados, donde se experimentan las tensiones y el conflicto se convierte en debate, donde la problematización de la vida social es puesta en escena. “La idea de espacio público recoge la totalidad de los procesos de configuración de la opinión y la voluntad colectiva”, apunta el investigador español Innerarity en su libro *El nuevo espacio público*.

Pese a estas definiciones, la dispersión de los individuos y la falta de espacios públicos para expresarse hacen que los habitantes de una ciudad no se sientan comprometidos.

En últimas fechas el espacio público se ha transportado a los diversos canales de comunicación (prensa, radio, televisión e Internet). En donde los ciudadanos expresan sus ideas y su sentir hacia determinada situación. Hoy los ciudadanos son reconocidos por el simple hecho de alzar el teléfono y llamar a la emisora televisiva o radiofónica para enunciar una demanda o dificultad.

Lo anterior deviene en que el ciudadano, al verse falto de un espacio público, usa los medios de comunicación como escaparate para pronunciarse, lo cual conlleva a la creación de nuevos sitios dentro de la sociedad. Éstos son intangibles a diferencias, es decir, no son percibidos físicamente.

Winocur detalla que la radio transforma el sentido de lo privado al proyectarlo en una pantalla pública y por otra, fabrica espacios de pertenencia descontextualizados en toda referencia física y simbólica de orden familiar, vecinal o comunitario. “El fenómeno de la participación en la radio para comunicar y compartir la intimidad nos remite al lugar que pueden ocupar los medios en la redefinición de lo público y lo privado en la generación de nuevas identidades colectivas y en la reestructuración de los códigos simbólicos y afectivos”.

La presencia de los ciudadanos en la radio, tanto en su dimensión política como íntima, contribuye a ampliar y fortalecer la esfera pública. “La primera se configura, desde la intención de los actores y de la lógica mediática, como una intervención de carácter público con el propósito explícito de impactar en la opinión pública, llamar la atención de las autoridades y trascender el ámbito doméstico.

”La segunda se constituye en un puente imaginario entre el hogar y la cabina de grabación, un marco imaginario de intimidad entre el hogar, entre el que llama o escucha desde su casa y el locutor que responde, aconseja, regaña o tranquiliza, frente a una demanda de información o contención emocional”, agrega Winocur.

En el proceso de salir al aire, lo privado no sólo se hace visible, sino que adquiere capacidad de réplica en el ámbito doméstico de miles de hogares que reconocen como significativa la demanda o necesidad que originó la llamada, señala la investigadora, y agrega que ahora el desafío para los ciudadanos, las organizaciones civiles y los movimientos sociales no es cómo aparecer en los medios, tampoco como apropiarse de ellos; suena tan utópico como aparentar que no existen, el verdadero reto es aprender a servirse de ellos para incidir en

la definición de los tiempos, formas y contenidos de las prioridades de la agenda mediática y de los canales de participación.

La generalización de la participación como estrategia de inclusión de las demandas ciudadanas en el espacio público ha provocado una transformación importante en el papel que desempeñan los medios. La radio abre ventanas no sólo para mostrar, sino también para ejercer ciertas prerrogativas que en otros ámbitos han perdido eficacia. “Tiende puentes y acorta distancias”, explica Winocur.

En este sentido, la radio XEDTL Radio Ciudadana, contribuye a la explotación de este nuevo espacio público que se abre a los distintos grupos de la sociedad.

### **XEDTL, ¿el nuevo espacio público?**

“En la casa del rancho, tomado de las manos de sus hijos Ana Cristina, Paulina, Vicente y Rodrigo, Vicente Fox cerró los ojos y rezó un Ave María ante la imagen de la Virgen de Guadalupe. Se fueron aprisa a la casa de la abuela, sin bañarse, y entre sollozos doña Mercedes, su mamá, le dio la bendición y lo regañó antes de salir a la placita para votar en la escuela primaria Lucas Ortiz: „Mira nomás, estás muy delgado... ¡Ay Vicente!’

“Las lágrimas se le habían saltado al candidato cuando leyó dos cartas de sus hijas, con fotografías amarillentas de tiempos lejanos, cuando comenzaban a hablar y a caminar. „Hoy estamos orgullosas de ti. Hoy el país va a cambiar’, le dijeron las letras escritas por Ana Cristina.

“Mamá, mamá, pues ya, vámonos’, balbuceó Fox a poco de las 8:00 horas. Bajó la cabeza, doña Mercedes le puso la bendición en la frente, y con un temblor en la voz le dijo: "Para bien o para mal m'ijo, todos vamos a estar hoy contigo", así lo narró el periodista del diario *Reforma*, Wilbert Torre, el 3 de julio de 2000.



Ese día la historia de nuestro país cambió, como bien acertó Ana Cristina Fox. Después de 70 años en el poder, el Partido Revolucionario Institucional (PRI), había sido derrotado por el Partido Acción Nacional (PAN), que en esa elección llevaba como principal figura a un tipo dicharachero: Vicente Fox.

El cambio de partido en el poder llenó de esperanza a gran parte de la población, respecto al cambio de rumbo en el país. En relación con los medios de comunicación, la ilusión de cambio en la legislación de medios también se vislumbró.

Por ejemplo, en 2001, por iniciativa de la Secretaría de Gobernación, se instaló, por primera vez en la historia del país, una mesa de diálogo para reformar el marco jurídico de los medios electrónicos.

A esta convocatoria asistieron representantes de los partidos políticos, miembros de la Cámara de la Industria de la Radio y Televisión, así como de la Red Nacional de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales. También estuvieron presentes las secretarías de Comunicaciones y Transportes y Gobernación, las cámaras de Diputados y Senadores e integrantes del equipo de comunicación social de la presidencia de la República.

Durante varios meses, los asistentes a las mesas de diálogo discutieron y trabajaron en la revisión del marco legal de los medios y en la elaboración de definiciones y propuestas que orientaran la creación de una iniciativa para reformar la Ley Federal de Radio y Televisión, en la que se incluyeran las condiciones para el desarrollo de los medios públicos, explica la maestra Beatriz Solís, en su libro *Retos y perspectivas de la comunicación en la reforma del Estado*.

Según *La propuesta de los intelectuales para la reforma de los medios de comunicación en México*, cuyo autor y representante fue el investigador Javier Esteinou Madrid, los encuentros con autoridades se dividieron en siete mesas de trabajo, compuestas por un representante de todos los sectores

participantes. De acuerdo con el documento, en cada una de ellas se discutieron con toda libertad y respeto las propuestas que presentaron los diversos miembros para que al final se elaborara, por consenso, un proyecto de lineamientos como base de la nueva Ley Federal de Radio y Televisión.

En la mesa seis se propusieron temas fundamentales para darles validez y certeza legal a los medios públicos. Entre los puntos de esta mesa destacan:

- La integración en la Ley de la función, objetivos y regulación de los medios de servicio público.
- El establecimiento de un régimen jurídico especial que defina la figura de medios públicos y garantice la participación social en sus órganos de gobierno.
- Los medios públicos deberán contar con personalidad jurídica propia, presupuesto público y autonomía presupuestal y administrativa.
- Se referiría, de manera explícita a los medios públicos como medios de servicio público, y se omitiría el concepto de medios oficiales.

Con dichas propuestas, los medios públicos pretendían protegerse legalmente y así exigir derechos y cumplir responsabilidades; tendrían un claro objetivo de qué es un medio de servicio público y cuál es su función dentro de una sociedad, para diferenciarlos de los comerciales.

A pesar los esfuerzos que se realizaron en este primer encuentro histórico con autoridades, todo se vino abajo cuando Vicente Fox Quesada, por decreto presidencial, derogó el porcentaje de tiempo fiscal de 12.5 por ciento que estaba dedicado para uso del Estado en las emisoras concesionadas y en su lugar se quedó un porcentaje menor, 1.25 por ciento en televisión y 2.4 por ciento en radio.

Después del esfuerzo mal logrado de las autoridades por cambiar la situación en los medios de comunicación, la entonces directora del Instituto Mexicano de la Radio (Imer), Dolores Béistegui, tuvo la idea de empezar un proyecto en donde se diera la oportunidad a los grupos ciudadanos de tomar y hacer suyos los micrófonos, experiencia que en el Distrito Federal no tenía precedente.

En entrevista, la maestra Beatriz Solís Leree, recuerda que antes de proponer el experimento de la radio ciudadana, Dolores Béistegui se allegó de la información necesaria para emprender la Radio Ciudadana, que en un principio fue llamada Radio de los Ciudadanos.

La experta en Derecho a la información, rememora que Béistegui se comprometió a relanzar un proyecto de radio pública eficiente, después del desencanto de las pláticas con la Segob y el decreto que favoreció a los medios comerciales.

La propuesta de Dolores Béistegui nació con el impulso del Primer Festival de los Medios Comunitarios y Ciudadanos en el país, tal como se describió en la primer parte de esta investigación.

A partir de esto, la entonces directora general del Imer, Dolores Béistegui, tuvo la idea de que la histórica frecuencia que ocupaba la XEQK, que durante décadas dio la hora minuto a minuto, fuera utilizada para que grupos ciudadanos transmitieran.

Algunas organizaciones, entre ellas la AMARC y otras que estuvieron involucradas en las conversaciones con la Secretaría de Gobernación, estuvieron a punto de no aceptar la propuesta de participar en el proyecto de la Radio Ciudadana, porque lo vieron como una salida fácil y una estrategia dilatoria para “que las organizaciones de la sociedad civil dejaran atrás el reclamo público del tristemente famoso decretazo”, señala Aleida Calleja, en un artículo para la revista *Etcétera*.

Además, agrega Calleja, este proyecto gubernamental no resolvía “la demanda de las (estaciones) comunitarias de contar con frecuencias propias, lo cual no se acercaba en lo más mínimo a nuestro planteamiento de hacer efectivo el derecho de las comunidades a operar sus propios medios”. Bajo este contexto de incertidumbre y descontento social nació el proyecto de la Radio Ciudadana.

Surgió como una emisora civil cuyas finalidades son “promover la cultura democrática y de participación cívica, a través de la emisión de contenidos programáticos en formatos innovadores de comunicación radiofónica que estimulan el conocimiento, análisis y solución de los asuntos de interés público”, detalla Javier Esteinou, representante del Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación, en un artículo para la revista *Poder y Palabra*.

La misión de esta frecuencia será la de “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”.

Entre los objetivos que se plantearon y que se plasmaron en un documento al cumplir el primer aniversario de la estación fueron:

- Contribuir al desarrollo de la cultura democrática y de la participación cívica.
- Abrir espacios para la libre expresión y comunicación entre los ciudadanos, en un marco de respeto a la diversidad cultural y social del país.
- Crear nuevas formas de diálogo entre sociedad y gobierno, sobre asuntos de interés público.
- Estimular la innovación en formatos y contenidos de emisión radiofónica que permitan a las organizaciones ciudadanas potenciar su contribución al país.
- 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.

Para alcanzar estos objetivos, la dirección del grupo radiofónico y diversos participantes de la sociedad civil, así como ciudadanos independientes crearon en noviembre de 2002 un Consejo Ciudadano de Programación, constituido honoríficamente por organizaciones civiles (ONG), instituciones académicas de educación superior, organizaciones políticas y ciudadanos.

La finalidad de éste es “coadyuvar a que la emisora cumpla su misión de promover la cultura democrática y participación cívica, a través de la emisión de contenidos programáticos en formatos innovadores de comunicación radiofónica que estimulen el conocimiento, análisis y solución de los asuntos de interés público”.

Para la elaboración de la barra programática, la Radio Ciudadana sigue 14 políticas:

1. Incluye criterios de diversidad y pluralidad, en lo cultural, étnico, social y político.
2. Considera propuestas de organizaciones ciudadanas sobre: promoción de valores, análisis de situaciones, difusión de información sobre aspectos de democracia, desarrollo y derechos humanos.
3. Contempla un eje transversal sobre la equidad y perspectiva de género.
4. Atiende las necesidades educativas, de información y entretenimiento.
5. Utiliza como criterio fundamental de asignación de horarios de transmisión la naturaleza del programa, así como el perfil de su auditorio –especialmente al inicio– posteriormente se utilizará también como criterio la cobertura alcanzada.
6. Mantiene el conjunto de la programación, el equilibrio entre los tres tipos de instancias convocadas a participar: organizaciones civiles, agrupaciones políticas, instituciones académicas.
7. Contempla los estándares de calidad, estipulados por el Consejo en los contenidos de las series o programas de las organizaciones. Lo mismo sucederá con las producciones propias de la emisora.
8. Las organizaciones garantizan el derecho de réplica y rectificación en sus programas.
9. La línea editorial de la emisora es determinada por el Consejo de Programación.
10. Incluye espacios para el debate y de servicio a la población, tales como secciones de aviso, programas de contenido y musicales, entre otros.

11. Otorga en los contenidos periodísticos especial atención a la información relacionada con las actividades de las organizaciones ciudadanas de todo el país.
12. Equilibra los programas o series de contenido con los de entretenimiento.
13. Permite los patrocinios en los programas.
14. Realiza la medición de audiencias de la emisora, para un mejor conocimiento de sus resultados efectivos.

La composición de la programación incluyó distintos programas, así como una variedad de temas de la agenda social, además de espacios de difusión cultural y experimentación sonora.

A mediados del 2005, “debido al relevante servicio social que brinda, la creciente demanda de espacios de las organizaciones de la sociedad civil y en cumplimiento del compromiso asumido por la administración del Imer, de dotarla de un transmisor de mayor potencia, de cobertura regional; la Dirección General del Imer determinó incrementar la potencia de transmisión de La Radio de los Ciudadanos, de 5 mil a 50 mil Kw y su cambio a la frecuencia 660 de amplitud modulada (AM), a partir de las 00:00 hrs., del lunes 15 de agosto de 2005”, según da detalle el sitio de internet de la Radio Ciudadana.

La nueva cobertura de la frecuencia 660 AM, de 415 mil 588 km<sup>2</sup>, abarcó una nueva zona geográfica de influencia compuesta por los siguientes 10 estados de la República mexicana: la capital del país, el Estado de México, Puebla, Morelos, Hidalgo, Guerrero, Querétaro, Tlaxcala y algunas poblaciones de Veracruz y Oaxaca.

Javier Esteinou Madrid explica que esta emisora responde a un nuevo modelo de comunicación de la sociedad civil, que en su corta experiencia de vida ha aportado, entre otras, las siguientes contribuciones para apoyar la creación de un nuevo espacio público mediático:

- “1. Convoca a los diferentes sectores de la sociedad para fomentar en los medios de comunicación una nueva cultura de la convivencia, la pluralidad y la diversidad ciudadana.
2. Es un reconocimiento de la capacidad que tienen todas las personas de analizar, criticar, proponer y participar en la construcción de nuevos discursos y de nuevas relaciones sociales.
3. Es un llamado a la tolerancia y una invitación a que los radioescuchas se conviertan en activos radio-participantes, corresponsables y comprometidos con el proyecto de país más igualitario al que aspira la sociedad mexicana.
4. Impulsa el fortalecimiento de la radio pública, entendida como espacio de reflexión, diálogo y encuentro. Éste es un ejemplo de prototipo de comunicación concreto que ya puede ser imitado por las radios estatales y/o federales, y a las radios universitarias en nuestra República.
5. Colabora para crear en el país otro espacio público mediático para que otros sectores ciudadanos puedan participar colectivamente en la edificación del proceso de transición pacífica a la democracia del nuevo milenio.
6. Contribuye a dismantelar la vieja estructura comunicativa del antiguo régimen político y a crear gradualmente un nuevo modelo de participación comunicativa de la sociedad.
7. En síntesis, lo que la radio ciudadana aporta en México es la edificación del proceso elementalísimo de devolver el habla al pueblo. Esto es, transformar los medios de información en medios de comunicación”.

Bien lo dice Esteinou Madrid “cuando los grupos sociales, especialmente los marginados, no tienen acceso al espacio público simbólico, vía los medios de información colectivos, para exponer sus necesidades e intereses, entonces toman, pacífica o violentamente, los espacios públicos físicos de las vías de comunicación materiales como son las calles, las plazas, las avenidas, las carreteras e incluso las instituciones de información para presentar sus demandas”.

Éste es el nuevo espacio público. Un espacio de ondas electromagnéticas, patio de expresión que espera la respuesta de los grupos de la sociedad civil para que sean éstas quienes decidan el perfil y futuro de la emisora.

## METAS ESPECÍFICAS DE TRABAJO

Versión aprobada en la Reunión del Consejo de Programación  
del jueves 11 de junio de 2009.

- Contribuir al desarrollo de la cultura cívica y al respeto de las garantías individuales. Abrir espacios para la 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.
- Estimular entre la ciudadanía el gusto por reflexionar, saber y entender.
- Fomentar el debate respetuoso y la argumentación clara e incluyente.
- Encontrar formatos de producción radiofónica que permitan a los ciudadanos, entidades con intereses sociales y a las organizaciones de la sociedad civil difundir de manera novedosa y asertiva el conocimiento que han abrevado de su experiencia.
- Integrar la programación total de la emisora para fortalecer su audiencia con formatos y contenidos atractivos.
- Crear puentes de servicio, contacto e integración ciudadana.
- Difundir el adecuado uso del lenguaje tanto entre emisores como en receptores en abono de una mejor expresión del pensamiento.

---





## **MISIÓN Y VISIÓN**

Documento aprobado por el Consejo de Programación de Radio Ciudadana,  
en la reunión del jueves 11 de junio del 2009

### **MISIÓN**

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

### **VISIÓN**

Ser referente para la apertura y el acceso ciudadano responsable a los medios públicos y privados de comunicación.

## CAPÍTULO III

### III. La caracola y los ciudadanos

“¿Cómo se harán escuchar las voces de los pobres, es decir, de 4 de cada 5 latinoamericanos, de 4 de cada 5 caribeños? No queremos ser la voz de los sin voz, porque el pueblo no es mudo. Ellos saben mucho mejor que nosotros lo que quieren y necesitan. Sólo les falta el canal de expresión, la caracola tecnológica, la radio”.

*José Ignacio López Vigil*

La radio de los ciudadanos desea fomentar una radio participativa, no partidaria, plural y sin propósitos comerciales o de lucro. “Para nosotros –dice Héctor García Robledo, gerente de la emisora la Radio Ciudadana–, el concepto de radioescucha se transformó en radio participante, un auditorio activo y comprometido en el desarrollo político del país”.

Desde el inicio del proyecto, el objetivo fue claro: abrir el micrófono a los grupos ciudadanos para que expresaran su sentir, comenta en entrevista el directivo. “La primera convocatoria superó las expectativas que se tenían del proyecto, eso fue magnífico, pues refleja en cierta manera la necesidad de expresión a través de los medios de comunicación de un grueso de la población”, asegura.

Datos del Instituto Mexicano de la Radio (Imer) detallan que de 2003 a 2008, la estación ha recibido 552 proyectos, de los cuales sólo ha elegido 159 programas para transmitir. “La movilidad y rotación que se estableció en la emisora sobre los programas da la oportunidad para que participen más grupos; ha sido una base importante para generalizar la experiencia de hacer radio a más personas”, comenta.

Al respecto, Virgilio Caballero, consejero ciudadano de la radio, dice que se ha logrado establecer un criterio a lo largo de estos seis años para dejar por más tiempo a algunos programas que integran la barra programática de la frecuencia. “Se da un poco más de tiempo a algunos programas que han mostrado buena calidad y mayores alcances respecto al público al que llega,

con la idea de combinar experiencia y novatez, que en fondo es parte de la calidad en la estación”, detalla.

Esta discusión es frecuente, pero se ha resuelto con la combinación de invitar a los que han demostrado profesionalismo y mayor alcance en combinación con los otros que también están tocando la puerta. Héctor García Robledo dice que la constante rotación de grupos ciudadanos debe verse como fortaleza y no como debilidad, porque se enriquece la información, se innova, explica el gerente de la emisora.

“Nos hemos convertido como un ejemplo de lo que se puede hacer con los medios, y eso que desde un principio nadie se imaginaba cómo iba a ser la radio ni el mismo consejo tenía idea. Por otro lado, la participación ciudadana en las convocatorias ha sido constante y el número de grupos ciudadanos no ha variado mucho”, detalla García Robledo.

Ahora, indica, la estación también se ha convertido en un espacio de expresión de jóvenes universitarios que quieren aplicar sus conocimientos de la carrera de Comunicación en una estación formal. La experiencia de hacer radio ha sido única para muchos grupos de ciudadanos que no tenían voz ni voto en la vida mediática del país. Sin embargo, sobresalen algunos más que otros por su éxito en la estación, tanto en temáticas como en la atracción de auditorio.

De estos destacaremos sólo cuatro grupos participantes: *Microbitos* y *Cuéntame*, programas de las primeras convocatorias de la emisora, los cuales saltaron a otra frecuencia después de la experiencia en *Radio Ciudadana*; y *Mujeres a la Tribuna* y *La Pirinola*, emisiones que después de terminar su periodo en la frecuencia se les invitó a seguir colaborando.

### **El trampolín de la radio pública**

Una de las principales expectativas de *Radio Ciudadana* era crear espacios para aquellas personas o grupos que estaban descuidados en la radio

comercial, incluso en las mismas estaciones culturales como *Radio UNAM* y *Radio Educación*.

Uno de estos grupos objetivos fue el de los niños, que regularmente son oyentes a los que se les dedica poco tiempo en la radio, tanto comercial como en la pública. En la primera convocatoria, un grupo se integró a la emisora con propuestas para los niños: *Microbitos*; en 2004 se unió *Cuéntame*. A estos dos programas se les invitó a participar en otra estación del mismo Imer, tiempo después de terminar su colaboración en la *Radio Ciudadana*.

*Microbitos*, una radio-revista infantil, nació en 2002 como una práctica profesional de la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón, ahora Facultad de Estudios Superiores Aragón de la UNAM. De acuerdo con Gerardo Olguín, productor del programa, el proyecto de *Microbitos* pasó en 2003 de ser un experimento escolar a una emisión radiofónica en forma, en *Radio Chapingo*, frecuencia de la Universidad Autónoma de Chapingo.

El proyecto de llevar la idea escolar a una estación formal fue de una de las integrantes del equipo de *Microbitos*, a la cual le ofrecieron el espacio para colaborar en el 1610 de AM. Durante dos años transmitieron en esa estación, hasta que se enteraron de la convocatoria que se abrió en Imer para los grupos ciudadanos y a la sociedad civil en general, dice Olguín.

“Estábamos estudiando la carrera y nos enteramos que se había abierto una convocatoria a programas ciudadanos y organizaciones civiles en el Imer; no éramos nada de eso, éramos universitarios, pero queríamos participar”, comenta. Por su parte, Pilar Martínez, conductora de *Microbitos*, dentro de las categorías que estaban desglosadas en el concurso de la *Radio Ciudadana* no había una para los programas infantiles. “Entramos, fue el único programa para niños que participó y ganó”, señala.

La idea de entrar a *Radio Ciudadana* era plasmar el trabajo ya desarrollado en la otra emisora, además había interés de hacerlo más grande; con 250 watts de potencia en *Radio Chapingo* el proyecto era muy limitado, agrega Pilar.

“Vámonos al Imer y a ver qué pasa; al principio no tenía mucha potencia, pero ya era un grupo más grande”, rememora.

*Radio Ciudadana* fue una oportunidad para crecer el proyecto, dice, porque los escuchaba gente de casi toda la ciudad de México. “Después, al cambiarnos al 660 el compromiso fue mayor, porque ya no era el Distrito Federal, sino gente de todo el país”, comenta.

Gerardo Olguín explica que en *Radio Ciudadana* estuvieron cuatro años, después de haber permanecido, en un principio, seis meses por haber ganado la convocatoria. El éxito del programa, tanto por el concepto como por la convocatoria, hizo que se renovara *Microbitos* todo ese tiempo, expone el productor. La gran escuela fue *Radio Chapingo*, comenta, porque los proyectos que venían eran de las asociaciones civiles que no tenían experiencia.

Ya adentro de la estación, uno de los grandes problemas fue posicionar el tema tan sólo en la radio infantil. “El gran desafío fue mostrar a los creadores de la emisora por qué es necesario tener un espacio para niños”, asegura Pilar Martínez. En 2006, el programa *Microbitos* cumplía cuatro años de transmitir domingo a domingo en la *Radio de los Ciudadanos*; la propuesta de seguir en la estación seguía en pie, sin embargo, había que darle oportunidad a otros grupos.

Gerardo Olguín recuerda que en ese mismo periodo la dirección del Imer les ofreció un espacio en otra estación y al mismo tiempo la iniciativa privada les brindaba la oportunidad de participar en el proyecto *Colorín ColorRadio*, estación que dedicaba cien por ciento su barra programática a los contenidos infantiles.

*Colorín ColorRadio* es una cadena de emisoras para niñ@s que nacieron en Bogotá, Colombia, el 11 de mayo de 1992 y hoy son parte de *Caracol Radio* y *Grupo PRISA*. *Grupo Radiorama* es también socio de *Unión Radio*, que conjuga a *Televisa Radio*, *Caracol Radio*, *Grupo PRISA* y varios grupos radiofónicos tanto en América como en Europa.

El proyecto en el país, dirigido por *Radiatorama* que es el grupo radiofónico más grande de México, cuyos socios son *Televisa Radio* y *Grupo PRISA*, terminó en noviembre de 2007 y la programación se basó en programas educativos para niños. “En ese momento se decidió entrar a la radio comercial, pero también había mucho interés de regresar al Imer por el antecedente en *Radio Ciudadana*, sin embargo, tuvimos muchas limitantes porque la dirección del instituto no quería que otros grupos ciudadanos que igual terminaron su periodo, reclamaran un espacio en otra estación”, agrega.

La petición fue que esperaran un poco mientras se calmaban “las aguas”, explica. “Regresamos después de un año, que fue lo que duramos en *Colorín ColorRadio*”. Para ellos, comenta Pilar Martínez, el problema siempre fue la comercialización del espacio que se les ofrecía en *Radiatorama*. “Los costos eran muy elevados y la labor de venta del programa fue muy difícil, la estación no logró vender espacios. Era un proyecto interesante porque era una estación completamente para niños”, agrega.

A pesar de eso, se aprovechó el tiempo de transmisión para consolidar *Microbitos*, el cual era uno de los programas de mayor audiencia en la emisora de corte comercial, comenta Pilar Martínez.

### **El regreso**

Cuatro meses estuvo perdido *Microbitos* fuera del aire. El proyecto de *Colorín ColorRadio* terminó en noviembre de 2007. *Microbitos* volvió al aire hasta marzo de 2007 en el 710 de AM, *La Que más me gusta*, frecuencia grupera, muy distinta a la *Radio Ciudadana*.

“Nosotros queríamos regresar al Imer a través de *Reactor* por el formato musical del programa; las canciones que ponemos, 80 por ciento de ellas se manejan dentro del género de rock. El gancho de entrada a la estación era la música”, asegura Gerardo Olguín. La propuesta de la dirección, recuerda Pilar Martínez, fue la 710 que mucho se alejaba del formato de música que buscaban.

“Tiempo después nos dijeron que la 710 se convertiría en una emisora de rock en español, hermana de *Reactor*, y las cosas se fueron acomodando a lo planeado en un principio”, agrega. El regreso de *Microbitos* implicó otro tipo de condiciones para los integrantes del proyecto. En primer lugar reciben un apoyo monetario que, de acuerdo con Gerardo Olguín, sirve sólo para la producción del programa; además, la firma de convenio de participación en el Imer que se renueva anualmente.

Según Olguín, los retos para el programa siguen, ya que ahora hay que volver a situar el programa en una estación. “*Qué Payasos*, grupo musical para niños, nos dice que somos el programa nómada de la radio infantil, pero a veces ese movimiento es el problema”, abunda. Lo importante, comenta Pilar Martínez, es poder hacer radio para niños, que es un género muy descuidado en México. “Haber participado en un proyecto como la 660 nos abrió la oportunidad a nuevas cosas, nuevos proyectos y nuevos trabajos”.

### ***Cuéntame***

Para los adultos, los domingos son mitad alegría y mitad problema. Les gusta porque todavía no es lunes y lo odian porque no saben qué hacer. Para los niños la cuestión está resuelta con *Cuéntame*, dice Isaac Palacios, conductor de la emisión. Esta revista radiofónica aparece en el cuadrante en 2004, aún en el 1350 de Amplitud Modulada, *Radio Ciudadana*.

El proyecto, que también está dedicado al público infantil, nació como un proyecto escolar en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, dice Isaac Palacios. La emisión despliega un insólito universo: un baúl lleno de libros grandes y pequeños; las chucherías que Chucho (Isaac Palacios) se inventa para que todo mundo cree sus propias cosas; un montón de sitios a dónde ir para no aburrirse nunca, historias de personajes con música y efectos.

“La idea nació para el taller de radio de la escuela –recuerda Isaac–, en ese mismo periodo estaba realizando mi servicio social en la *Radio Ciudadana* y participamos en la segunda convocatoria”. A pesar de que las temáticas y la



dinámica del programa están muy enfocadas al público infantil, Isaac Palacios dice que el proyecto nunca fue planteado para este auditorio. “Nos escuchan adultos y niños por igual, no hay diferencia de edades, la idea fue siempre dejar abierta esa puerta”.

Al igual que *Microbitos*, a los integrantes de *Cuéntame* se les facilitó mucho hacer radio, pues la experiencia previa de la universidad les dio ventaja, a diferencia de otros grupos ciudadanos que entraron junto con ellos. El programa cumplió su ciclo en la *Radio Ciudadana* a finales de 2006 y saltó a *Radiatorama*. “Tuvimos una infidelidad con la iniciativa privada”, señala, “nos fuimos a *Colorín ColorRadio* en 2006, propuesta colombiana de *Caracol Radio*”.

En *Radiatorama*, dice Palacios, no recibían pago alguno por su participación, sin embargo, la exigencia era demasiada, asegura. Al igual que *Microbitos*, meses antes de que terminara su participación en *Colorín ColorRadio*, la dirección del Instituto Mexicano de la Radio los buscó para ofrecerles un espacio en *Horizonte*, emisora dedicada al Jazz y World Music. Agrega: “El salto a *Horizonte* fue darle continuidad al proyecto, de no ser así se hubiera terminado”.

El mérito a ese espacio, dice, fue la constancia y disciplina en el trabajo. “La idea central fue siempre ver sin interés económico el proyecto, por eso hemos hecho un producto muy agradable”.

En lo que respecta a las condiciones de trabajo, explica Palacios, son casi similares a cualquier grupo de la sociedad civil. “No ganamos ni un peso en esto, tenemos muchas ganas de contribuir a una radio diferente y creo que es lo que vale. Lo hacemos por muchas razones, quizás la más importante es tener un escaparate para mostrar nuestro trabajo, eso es un factor necesario, además de un escaparate evidentemente más grande que la radio ciudadana”, asegura.

## **Talento desperdiciado**

Isaac Palacios, quien también es jefe de producción de *Radio Ciudadana*, reconoce que hay pocas oportunidades para exportar grupos ciudadanos, tanto dentro del Imer como fuera de él. Esto también implica un desperdicio de talento, pues se invierte tiempo y dinero en capacitación para los grupos. “Las razones son varias, puede ser falta de interés, dedicación, habría que analizar caso por caso dónde está el bloqueo, cuál es la razón o por qué los programas ciudadanos no alcanzan a consolidar su proyecto radiofónico.

“Hay programas que se pueden rescatar, pero no es fácil encontrar un espacio, y más cuando se sigue sin la posibilidad económica de ofrecerlos. Hay equipos que por sí mismos desisten y hay otros que valen la pena, han vuelto a concursar con proyectos parecidos, pero renovados con otras temáticas”, explica. Lo ideal sería que los programas ciudadanos tuvieran la misma suerte que *Microbitos* y *Cuéntame*, que saltaron a otra emisora, añade Palacios,

## **La radio infantil del Imer**

El Instituto Mexicano de la Radio, grupo radiofónico de servicio público que cuenta con nueve emisoras en el Distrito Federal, sólo tiene en su menú tres programas dedicados al público infantil: *La pandilla 710*, *Microbitos* y *Cuéntame*, los dos últimos proyectos rescatados de la *Radio Ciudadana*.

Para Pilar Martínez, conductora de *Microbitos*, la radio infantil en el país está descuidada. “Todo está dirigido a los jóvenes y adultos, entonces es importante apostarle a este género y escuchar a los niños”, expone. Por su parte, Isaac Palacios dice que la producción de programas infantiles es tremenda y mucho más demandante que la de otros programas.

“Nosotros (en *Cuéntame*) hemos funcionado bien con muchas colaboraciones y trabajamos con mucho tiempo de organización; nos lleva meses preparar un solo programa y tenemos una agenda de tres meses por delante. No es fácil

aventarse a hacer un programa infantil y mantenerlo, pues los niños son un público difícil”, detalla.

Marta Romo, guionista, productora especializada en programas para niños y jóvenes y formadora de profesionales radiofónicos a nivel nacional e internacional, comenta “hacer radio para las niñas y los niños partiendo de su mundo de magia, ficción y realidades es una aventura”.

Además dice que en México se está pendiente una estación de radio dedicada exclusivamente al público infantil, pues “es importantísimo que un niño pueda imaginar realidades nuevas para construir un futuro diferente”.

### **De ida y vuelta**

A últimas fechas, *Radio Ciudadana* se ha convertido en el espacio de expresión de las asociaciones civiles y de los grupos que no tienen voz, pero además es un lugar donde concurren proyectos de otras estaciones públicas que ya están consolidados, dice Héctor García Robledo, gerente de la estación.

Tal es caso de los programas *Habla con Ellas*, *Detrás de los medios*, *las audiencias* y *Tierra Prometida* que estaban en *Radio Educación* y se les ofreció un horario para transmitir en *Radio Ciudadana*. “Ha sido más fácil la migración de *Radio Educación* y *Radio UNAM* para acá (*Radio Ciudadana*). Hay gente que antes escuchaba esas estaciones y ahora nos escucha a nosotros porque hemos tratado de definir un perfil musical y programático interesante”, asegura.

Uno de los programas que buscó un espacio en la estación del Imer fue *Mujeres a la Tribuna*, emisión que nació bajo la batuta de la Federación Internacional Universitaria (Femu), organización de la sociedad civil dedicada a trabajar por el desarrollo de la mujer.

La Federación surgió en Europa en 1919, las maestras mexicanas de la escuela de altos estudios de la Universidad Nacional Autónoma de México se unieron a esta organización en 1929. Ese mismo año la Femu en el país

desapareció porque sus miembros se unieron al partido hegemónico y perdió su membresía.

Se reintegró en 1989, gracias a Patricia Galeana, historiadora de la UNAM, quien explica que ésta es una asociación apartidista de académicas universitarias y egresadas que se dedican a promover una cultura para la paz; de respeto a los derechos humanos de todas y todos los miembros de la comunidad nacional y buscan trabajar por el desarrollo de la población femenina mediante actividades educativas.

“Dentro del esquema de hacer difusión de una nueva cultura de género y de respeto a los derechos humanos de las mujeres, habíamos planteado varios proyectos y uno de éstos era tener una tribuna feminista para exponer nuestro sentir”, dice.

Previo a inscribirse a la convocatoria de 2003, *Mujeres a la Tribuna* contaba con una trayectoria de más de 15 años en *Radio UNAM*, estación donde participa con cápsulas informativas. “Fuimos la primera organización ciudadana que se unió al proyecto de *Radio Ciudadana* y además la madrina porque inauguramos las transmisiones”, explica.

El tema central de esa primera emisión fue los feminicidios en Ciudad Juárez, problema que, según Galeana, había encantado a la entonces directora del Imer, Dolores Beistegui. “Nosotras ya habíamos exigido a las autoridades, primero a las municipales, estatales y federales y a la Comisión Nacional de Derechos Humanos que atendieran este problema, porque había crimen organizado en muchos expedientes y el gobierno federal se lavaba las manos”, argumenta.

Fue muy importante salir al aire con ese tema porque marcó el perfil de la estación que consiste en ser un altavoz de denuncia, dice Galeana. “Esto me pareció un gran acto de respeto a la libertad de expresión, un elemento fundamental para que haya democracia”, agrega. *Mujeres a la Tribuna* se ha

mantenido seis años consecutivos dentro de la estación, gracias al éxito programático, explica Héctor García Robledo.

“Nuestro proyecto embona muy bien con la estación porque es una propuesta de las Organizaciones No Gubernamentales (ONGs), incluso este espacio nos viene como anillo al dedo, porque en otras emisoras que cuentan con más público, no podríamos tocar ciertos temas”, explica la productora de *Mujeres a la Tribuna*, Éricka Tapia.

“La respuesta del público es muy buena se refleja en las llamadas y en los correos electrónicos. Me atrevería a decir que a pesar de que es un programa donde se tocan problemas de mujeres, la mitad de nuestro auditorio son hombres, éstos son los que más reaccionan ante temas polémicos”, explica la productora.

### **Ondas que incluyen**

Otro grupo que se descuida en el cuadrante radiofónico es el de las personas con capacidades diferentes, un sector que cada vez más se integra a la sociedad, pero al que se le pone poca atención en los medios de comunicación. *La Pirinola gira en la radio* es una revista radiofónica familiar que se unió a *Radio Ciudadana* en enero de 2005, gracias a la convocatoria de proyectos ciudadanos que se lanzó en 2004.

Javier Sánchez, operador de transmisión, Daniel Quiroz, reportero y conductor, y Zitlalli Flores, conductora, están al aire. En vivo, toman el micrófono, hablan, discuten y presentan trabajos que ellos mismos editan y reportean.

Daniel y Javier, con discapacidad intelectual, y Zitlalli, con huesos de cristal, dan respuesta a las dudas del público y sin disimulo toman el micrófono como profesionales de la radio, su pronunciación y dicción es perfecta. El proyecto es impulsado por la asociación civil *La Pirinola*, la cual se encarga de apoyar con talleres y diversos proyectos a personas con capacidades diferentes.

*La Pirinola*, con casi 14 años de vida, surgió en 1995 luego de que los organizadores de un curso de verano para personas con educación especial en el Museo Nacional de Culturas Populares, notaron que en sólo dos meses habían obtenido éxito notable. La productora del programa y coordinadora, Lourdes Silva, tomó la decisión de unirse a la convocatoria del Imer para exponer su punto de vista sobre las personas con algún problema.

En entrevista con *Radio Nederland*, Lourdes Silva comenta que uno de los objetivos principales durante la planeación del proyecto fue hacer hablar a la discapacidad. “Para mí es bien importante porque no hay otra forma de que la gente entienda lo que es la discapacidad si ésta no habla. Parte de la idea fue ponerla al micrófono”, dice a la estación de radio.

Silva explica al periódico *El Universal* que el objetivo es dar voz a estos jóvenes que se están perfilando un futuro profesional, así como promover su integración social y consolidar la tolerancia en la sociedad actual. Explica que Daniel, Javier y Zitlalli, de 26, 25 y 21 años, estudian Telemarketing, Producción Radiofónica y Pedagogía, respectivamente, y todos los domingos los dedican al programa radiofónico con el que dicen sentirse orgullosos al ser tomados en cuenta como personas que reciben un sueldo como cualquier otro profesional de la radiodifusora.

“Para mí, *La Pirinola* ha significado estar un paso adelante a pesar de mi discapacidad intelectual, para que nadie nos vea como personas que no pueden hacer nada. Todos tenemos los mismos derechos, hay gente que dice que ¡no!, pero ¡los tenemos!”, dice Javier a la reportera de *El Universal*.

La dinámica del programa consiste en que expertos, padres de familia y público con capacidades diferentes resuelven dudas y den consejos, sobre alguna discapacidad. La emisión dominical recibió en 2008 el Premio Universidad del Valle de México (UVM), durante la Feria de Comunicación Alternativa 2008, por la calidad de la producción, la creatividad y el carácter social, además de la trayectoria e importancia ciudadana, de acuerdo con el jurado.

“Lo más destacable es precisamente oír en la conducción, cortinillas y entrevistas a las voces de la discapacidad. Además de que la trayectoria de la misma asociación civil *La Pirinola. Actividades culturales, educativas y de desarrollo para educación especial, AC* plantea una propuesta importante dentro de la comunicación alternativa”, dice el comunicado de la UVM. Si bien, el proyecto es reconocido por su espíritu social, también ha sido fuente de inspiración para otras emisiones dentro del Instituto Mexicano de la Radio.

De acuerdo con Carlos Niño, jefe de programación del Imer, el programa de *La Pirinola* no sólo es pionero en México, sino que ha sido el impulsor de ideas similares dentro del mismo instituto. “Tenemos uno en la XEB que se llama *Entre Nos*, que lo lleva la Asociación Civil Libre Acceso, y que está dedicado a las personas con discapacidad. El siguiente paso es transmitir *La Pirinola* en cadena nacional por todas las emisoras del Imer, explica el directivo a *Radio Nederland*.

### **Del experimento al tú por tú**

Una de las principales características de la emisora es tener voz y sonido propio, no copiar formatos ni igualar estilos, detalla Héctor García Robledo, gerente de la Radio Ciudadana. “En eso ha radicado su éxito”, asegura el dirigente de la emisora, pues al no imitar a nadie, se convierte en la antítesis de la radio comercial, la contrapropuesta, dice.

Hacer diferencia entre producciones de radio de servicio público y comercial es la preocupación de todas las emisoras de apoyo a la sociedad; la idea es competir, no les basta con transmitir. Hoy la preocupación viene más por los aspectos estéticos, una relación directa con la captación de audiencia, en una visión signada por la necesidad de competir en el mercado de bienes simbólicos, dice Ernesto Lamas, fundador de *La Tribu*, estación de radio argentina.

El también integrante de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), detalla que lo anterior parte del hecho básico que el oyente está

educado en la recepción de ciertos formatos radiofónicos impuestos por años de exposición a los productos de las grandes emisoras. “Debido a esto, al acercarse a una radio comunitaria o ciudadana, encontraba muchas veces un tipo de emisión desprolija, descuidada de las formas, con un estilo de argumentación más próximo a la tradición escrita, alejado de los recursos propios del medio”, agrega en un discurso ofrecido en Zacatecas, México, durante el Primer Congreso Internacional de la Lengua Española.

Al respecto, Héctor García Robledo detalla que uno de los principales problemas de la emisora es hacer que los grupos ciudadanos exploten las formas de hacer radio. “Algunos grupos quieren copiar formatos de la radio comercial, pero es porque están acostumbrados a hacer ese tipo de radio. Hay gente que ha llegado a la estación que es socióloga, maestros o estudiantes y no tienen las habilidades para ser buenos conductores o buenos programas, porque nadie les ha dado oportunidad”, expone.

Beatriz Solís detalla que hay muchas organizaciones con ganas de decir muchas cosas, pero no saben cómo. “Agarran el formato más feo o copian formatos que ya están dados, hemos vivido 80 años con el mismo modelo de radio y no tenemos la capacidad de innovación”, añade.

Ernesto Lamas se cuestiona: “¿En qué se puede experimentar en la radio? Pensamos en los formatos, en la estética, en el tono de la locución, en la construcción del lugar del entrevistado, en la hipótesis de recepción del público que se construye. Por qué no, la gestión, la cuestión técnica, la forma de relacionarse con la comunidad, las instituciones intermedias. No se constituye en experimentación la mera desobediencia a los formatos habituales, y menos cuando esto ocurre por desconocimiento”, detalla Lamas.

Por el contrario, dice, se abre la etapa de la consolidación de las experiencias, se exigen formatos reconocibles, un lugar de enunciación predecible, una locución correcta, así como elementos del lenguaje radiofónico conjugados cumpliendo con las condiciones básicas de la estética radiofónica. “Noticiarios que suenen a noticiarios y programas de humor bien hechos. Opinión política



correctamente argumentada e investigación en serio. Denuncia y crítica con rigurosidad ideológica, sonido de radio, área de cobertura consolidada”, afirma.

### **¿Se vale competir?**

La historia siempre la han escrito los ganadores, al menos, eso es lo que se escucha en las aulas, pero los grandes sujetos de la historia han entrado en crisis y por lo tanto también entró en crisis su tarea de narrar el mundo, de dar una explicación con sentido de lo que ocurre día a día en nuestras vidas particulares, dice Ernesto Lamas. “Los medios de comunicación muchas veces tienen la responsabilidad de construir ese relato del mundo cotidiano, el desafío que se plantea es participar del tejido de un nuevo lienzo de significaciones que estructure la sociedad bajo otras normas”, asegura.

En este sentido, afirma que esa participación supone una competencia de estos nuevos medios con los medios del sistema. “Ser intérpretes de la vida cotidiana de la gente, tratando de ser interpretados por esa misma gente en la devolución de sentido. Esta tensión entre tomar lo establecido y devolver una reelaboración, tendrá que basarse en una alquimia muy cuidadosa, para no reproducir vicios como el exceso de retórica o la pedagogía”, detalla.

Nuestras radios necesitan ganar popularidad, pero no popularidad de masividad, ya que esta última se vincula con una popularidad efímera, propia del marketing de la novedad, añade Lamas. “La popularidad a la que las radios comunitarias deben apuntar, es una masividad de lo profundo, de lo que permanece porque se ancla en las raíces de la experiencia social, de la realidad y de los deseos que parten ésta. Serán entonces radios populares cuando tengan audiencia que las reconozca como emisores y receptores legítimos de sus inquietudes y certezas”, señala.

Virgilio Caballero afirma que el proyecto de *Radio Ciudadana* y otros más con el mismo corte comunitario en el país han funcionado bien porque muestran un nivel de competencia admisible. “La radio ciudadana es un éxito, no porque hagamos las cosas que ellos (los privados), sino porque hacemos cosas que

ellos nunca van a hacer, que es atender a la necesidad de elevar el espíritu de la sociedad, de la gente, de procurar al entendimiento de lo que ocurre en la sociedad, de llevar el buen gusto por la cultura y el conocimiento del entorno. Con el corto tiempo que lleva el proyecto de *Radio Ciudadana*, se demuestra que la radio pública puede ganar un gran público”, aclara.

Héctor García Robledo asegura que el raiting es el único indicador que hacen válido las empresas, pero para una radio de servicio público debe de haber otros indicadores, por ejemplo la amplitud en la agenda temática, la calidad en el programa de capacitación, el número de especialistas o invitados que participan en la emisora al mes, el tipo de comentarios y la intervención de los radioescuchas. “Yo no he querido seguir la política de promoción de dar regalos, es decir el premio y el castigo, porque nosotros no estamos para regalar nada, por ello se les pide a los grupos que no lo hagan”, asevera.

Virgilio Caballero agrega: “Es imposible medir con el mismo rasero la calificación del público con eso que le llaman raiting, que es lo que les interesa a las instituciones privadas”. Sin embargo, García Robledo dice que el rating es importante, sólo para llegar a saber a qué nicho de la población está llegando la emisora.

### **Los nuevos radioescuchas**

Desde el punto de vista gerencial, la estación pretende llegar a jóvenes de clase media y popular, con escolaridad de secundaria para arriba, que les guste la trova y que busquen una radio más inteligente. “Atendemos a un público como lo habíamos planeado y un poco más: jóvenes clase media popular, con grados de bachillerato para arriba, una audiencia con un nivel educativo y cultural alto”, dice Héctor García Robledo, gerente de la emisora.

Ernesto Lamas apunta que la radio ciudadana y comunitaria está ante el desafío de encontrar o crear una audiencia propia. “Abandonando la pequeña experiencia autosuficiente, buscamos ahora la manera de construir un nuevo medio de comunicación para una nueva comunicación, paralelamente a que

otros sujetos construyan una experiencia social y política distinta, con los avances, retrocesos y desencuentros propios de estos casos”, asevera.

Esto significa disputar una porción de la participación en la construcción del relato social, la construcción no sólo de la agenda de temas de su audiencia, sino un instrumento que pueda aportar a la conformación de la cosmovisión de los sujetos. “Suponemos sujetos insertos en grupos secundarios (trabajo, escuela, sindicato, centro cultural) donde ratifican esa cosmovisión en el intercambio simbólico con otros sujetos. No sirve el medio confesional, donde se desquita el comunicador enfrentado a la inconsciencia general, donde el público, poco y conocido, se dedica a aplaudir las diatribas (discurso o escrito violento e injurioso contra personas o cosas) de turno”, detalla.

Héctor García dice que ahora la gente en la calle reconoce a la emisora, en especial las organizaciones civiles, por el compromiso social que representa y no por la promoción que se le da.

### **La caracola camina**

*Radio Ciudadana* cumplió seis años el primero de abril de 2009. A esta fecha, no se ha presentado un proyecto similar en la ciudad de México. La radio de los ciudadanos se conserva como un experimento aislado y no como una iniciativa de Estado que sirva de ejemplo a otros públicos en el país. Aleida Calleja comenta que falta mucho por hacer y hay quien espera que el proyecto no prospere para indicar que no es posible hacer un medio público con la participación.

“Mientras no haya la posibilidad de que se convierta en más de una experiencia, sino en algo más específico de ejemplo de participación de la ciudadanía en medios estatales, no habrá más avance; si no se tienen más incidencia pública no hay progreso. El Estado mexicano está arrodillado a los medios comerciales. Con ellos son con lo que mantiene la negociación política, interlocución, sin darse cuenta que tienen una herramienta súper eficaz en sus

propios medios, el problema es que al Estado mexicano sus medios no le importan”, agrega.

Para Virgilio Caballero, el futuro de la Radio Ciudadana está dado por el funcionamiento del consejo; a pesar de ello, dice que la persecución que existe hacia el periodismo independiente en el país podría en algún momento golpear a esta experiencia, porque este medio es demasiado abierto al criterio de la sociedad. “El principal peligro lo veo con la censura, persecución, criminalización, hostigamiento, hostilidad de todo tipo contra el periodismo en el país sobre todo con los periodistas que nos movemos en ámbitos no oficialistas”, añade.

Gabriel Sosa Plata agrega que hay una visión positiva del trabajo del Imer, en el sentido de que se ha mantenido el proyecto de radio ciudadana a pesar del cambio de gobierno. “Para que un proyecto se consolide, obviamente se deben fortalecer sus propios mecanismos internos de discusión, de análisis, de toma de decisiones, se debe fortalecer la estructura administrativa, se debe contar con mayores recursos para que los proyectos puedan ser viables”, comenta.

El consejero ciudadano afirma que es necesario que la figura de “radio ciudadana” se convierta en un modelo ideal de lo que se aspira en cuanto a los medios de servicio público. Es decir, que se sirva como un *ombusman*, defensor de las audiencias y que tenga su propio código de ética para que se realice una verdadera vinculación con la ciudadanía.

“Lo que queremos es un órgano plenamente ciudadanizado que esté alejado de esta lógica y vaivenes políticos, que sabemos que no está exento, pero justamente estamos ahí para defender la viabilidad de este proyecto, por eso creo que va a persistir durante mucho tiempo”, asegura.

Sosa Plata dice que ha hecho falta un mayor apoyo político para que este proyecto se consolide. Parte importante de esto se encuentra en la labor no sólo del director del instituto, que tiene los nexos y los vínculos para que se pueda hacer el suficiente ruido, sino del mismo consejo de programación. “Creo

que hay una autocrítica que quizás nos ha faltado a nosotros (los consejeros) una mayor actividad o activismo para justamente promover el proyecto, consolidarlo y hacer valer mucho más nuestra voz, creo que ha habido falta de pronunciamientos enérgicos de quienes formamos parte del consejo”, comenta.

Para Raúl Trejo Delarbre, investigador de la UNAM, *Radio Ciudadana* es una idea pertinente en un país donde no hay medios capaces de representar la diversidad de las opciones de la sociedad.

La experiencia de la frecuencia ha sido interesante, además, comenta, hay que reconocer que el Imer ha invertido, no sólo una frecuencia, sino una apuesta social y política muy interesante al abrir esos espacio. “Hay que dar la razón que los programas en esta radio son muy modestos o con pocos recursos de producción, no siempre con la riqueza del lenguaje daltónico que sería esperable. A veces esos programas son aburridísimos, hay de todo. Ojalá hubiera una evaluación seria de esta experiencia, que permitiera enriquecer a quienes están aprendiendo”, detalla.

Para Trejo Delarbre lo que se hace en la XEDTL no corresponde completamente a una radio de ciudadanos. “Se está haciendo una radio de grupos ciudadanos que tienen cosas que decir, que no dicen los medios convencionales. Pero esto no ha logrado que esta radio sea realmente una audiencia ciudadana. Sin embargo, es de reconocer el impulso que Dolores Béistegui dio al proyecto, a pesar de que cuando nació existía un gobierno con tantas tensiones y descoordinaciones. En otras condiciones, la estación hubiera sido vetada o acotada por el funcionario del rango más alto”, expone.

Héctor García Robledo afirma que a pesar de los vaivenes políticos y económicos, la emisora está lista para emprender nuevos planes. “Antes de que termine 2009 vamos a formar un consejo de reproducción de los equipos ciudadanos, para que orienten, asesoren, apoyen y hagamos cosas en conjunto. Estará integrado por representantes de cada uno de los equipos en donde se tengan reuniones mes con mes para evaluar la situación. Ésa será

una base sólida, porque además hay un comité de producción que asesora y apoya. Ahora se va a definir rumbo”, dice.

Además, agrega, se trabaja en un proyecto con una perspectiva de género que no tiene ningún medio de comunicación en el país. “A veces no te diriges a las mujeres como un público en especial y ahora repetimos chistes o bromas muy anquilosadas”, puntualiza.

La radio de los ciudadanos, a futuro, podría establecerse como parte de una política nacional si los legisladores y el mismo gobierno tuvieran conciencia de una política de Estado. “Estar en la sombra, sin *rating* como otras, nos ha permitido subsistir, porque si nos escucharan mucho se darían cuenta del tamaño del proyecto, porque el nivel de cuestionamiento de algunos equipos es alto y entonces ya nos hubieran censurado”, afirma.

Así es como desde hace seis años una caracola irrumpe los aparatos receptores de la ciudad de México. Es la voz que hace la diferencia, es la participación organizada, indispensable en una auténtica democracia, es la *radio ciudadana...*

## **A manera de conclusión**

Como se observó en la investigación, Radio Ciudadana nació con la premisa de darle un espacio a todas las organizaciones que necesitaban expresar su sentir dentro del Distrito Federal, un monstruo en donde el tráfico y el caos reinan.

A más de seis años de su creación, se ha convertido en un escaparate mediático para diversos proyectos radiales que aprovechan el espacio de servicio público para exponer sus problemas, sus ideas.

La emisora permite a los grupos y asociaciones de ciudadanos contribuir en la transformación del nuevo espacio público en el que se han convertido algunos medios de comunicación, en especial los electrónicos.

De ahí la importancia de hacer un trabajo periodístico de un espacio que ahora es una tribuna de expresión y exposición mediática, pues ahí se hacen visibles las demandas y se enfrenta al poder desde un estrado que está al alcance de todos y que difícilmente puede ser censurado.

Los grupos ciudadanos que se acercan y hacen suyo el micrófono de la Radio Ciudadana han sido fieles a los parámetros que rige la emisora, pues entienden el compromiso social y educativo de este nuevo medio de comunicación.

Se podría pensar que la exposición de ideas en una estación de radio podría implicar el abuso de ésta para atraer beneficios monetarios o de promoción de cierto grupo ciudadano; sin embargo, la convivencia con el equipo de producción y con distintos programas que se transmitieron en la emisora deja ver que el interés por saltar a otra emisora, ya sea comercial o de servicio público, está lejos de ser una constante en todos los grupos ciudadanos.

Pocos son los proyectos que tuvieron la oportunidad de saltar a una radio comercial o a otra emisora dentro del Instituto Mexicano de la Radio, como lo

fueron *Microbios* y *Cuéntame*, pero la poca libertad de hacer una radio diferente los obligó a regresar a una estación de servicio público.

El trabajo demostró que las personas que usan la Radio Ciudadana encuentran en este medio, un foro abierto a la crítica sin ataduras, en donde la producción radiofónica es diferente a la radio comercial, pues buscan nuevas formas, temas y problemas para acercarse al público.

Es por esta característica que grupos ciudadanos, como el del programa *Mujeres a la Tribuna*, se han mantenido hasta seis años al aire en la frecuencia o en su defecto la producción general del Imer ha copiado el formato y temática de algunos proyectos.

La XEDTL es un trampolín, pero de ideas nuevas y de talento que en su mayoría es aprovechado por poco tiempo, ya que el modelo de la estación implica un movimiento continuo de los grupos que participan.

Este cambio constante de programación conlleva a la falta de un público base y una línea editorial, que otorgaría más solidez al proyecto dentro del cuadrante, pero pone en riesgo el objetivo de la frecuencia, que es dar voz a todas las voces.

A través de la mezcla de géneros periodísticos, como la entrevista, la crónica y la nota informativa, se muestra que son muchas las carencias de la emisora, pero la más grave es la falta de una definición jurídica que ayude a preservar el modelo de radio de servicio pública en el país.

La investigación de campo y la búsqueda de textos informativos corroboraron lo anterior, ya que dieron cuenta de la poca difusión de la estación, el bajo presupuesto asignado y el escaso personal -que en el caso de la Radio Ciudadana llega a seis personas-, que son deficiencias no sólo de esta emisora, sino de la gran parte de las frecuencias del Instituto Mexicano de la Radio.



A pesar de que la estación no persigue fines de lucro, los trabajos de producción serían mejores si se contara con el dinero suficiente para poder competir con la radio comercial.

Para solucionar esta problemática situación se requiere de una política pública que preserve la vida y obra de quienes hacen radio con servicio social, pues la sana competencia de este tipo de emisoras no sólo cambiaría las preferencias radiales, sino daría un giro al sentido educativo que hasta hoy tienen los medios.

Desgraciadamente, proyectos como la Radio Ciudadana, o como cualquier otro de una radio inteligente, son escasos en la ciudad de México.

Si la vida de una estación radiofónica suele ser difícil por el grado de competencia que enfrenta dentro del cuadrante, en donde ya todo el público parece estar repartido y bien definido, resulta más complicado sobrevivir donde todo el pastel ya está racionado entre los grandes grupos radiofónicos.

De acuerdo con Alma Rosa Alva de la Selva, el modelo comercial es el que acapara el cuadrante con 85.4 por ciento de las emisoras, las cuales funcionan con concesión. Las radios con un fin distinto al lucrativo (cultural, educativo, comunitario, universitario, estatal o indigenistas) sólo tienen 14.6 por ciento del cuadrante a escala nacional, lo cual resulta injusto para la industria de la radio pública y para los ciudadanos que buscan espacios nuevos de expresión.

Imaginemos cuánto dinero no se ahorraría el gobierno local y federal si los ciudadanos utilizarán los medios de comunicación en vez de tomar las calles y las avenidas para expresar sus demandas.

La Radio Ciudadana no puede ser vista como un experimento aislado, sino como el parteaguas de otros proyectos que los ciudadanos tendremos que impulsar, pues su modelo debe ser el ideal de las emisoras de servicio público: atender a los ciudadanos y no al gobernante en el poder.

La trinchera deberá de ser la misma XEDTL, pues hasta el momento es el único espacio de libre expresión en donde se dan cita los ciudadanos que se interesan por el nuevo espacio público que ha llegado a ser la emisora.

Un ciudadano es aquel que se compromete con su comunidad para hacerla cada día mejor, es aquella persona que se involucra con los problemas de su alrededor para buscar una solución.

Un ciudadano expone y crítica las formas de hacer cosas dentro de una comunidad, es juez y parte de una realidad común.

La Radio Ciudadana enseña a ver la realidad con los ojos de una indígena, a caminar con las piernas de una persona con capacidades diferentes, a sentir que se es niño otra vez.

## Fuentes de consulta

- **Bibliográficas**

Acosta López, Socorro Aurora. *La radio como servicio público*. Tesis Profesional. Facultad de Derecho, UNAM. México, 1987. 91 pp.

Argüelles, Antonio y Méndez, José Luis. *El servicio público*. Fundación mexicana cambio, XXI, Luis Donando Colosio, México 1994, 85 pp.

Arredondo Ramírez, Vicente. *Ciudadanía en movimiento*. Fundación Demos, IAP e Instituto de Análisis y Propuestas Sociales IAP, México 2000, 346 pp.

Atkinson, Dave y Raboy, Marc. *La radio y televisión de servicio público: el desafío del siglo XXI*. UNESCO, París 1998. 153 pp.

Calleja, Aleida, y Solís Leree, Beatriz, *Con permiso, la radio comunitaria en México*, Fundación Friedrich Ebert-México, México 2005, 236 pp.

Camacho, Lidia. *Democracia y Medios Públicos*, La Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México. México, 2005, 233 pp.

Chinchilla Marín Carmen. *La radio-televisión como servicio público esencial*, Tecnos, Madrid 1988, 200 pp.

Collin, Claude. *Radio Poder: la radio como instrumento de participación social y política*, Paidós, Barcelona 1983, 223 pp.

Esteinou Madrid, Javier. *La Radio de los Ciudadanos, a un año de creación*. Secretaría de Gobernación, México 2004, 57 pp.

Fernández Christlieb, Fátima. *La radio mexicana: centro y regiones*. Juan Pablos, México 1991. 330 pp.

Fernández Christlieb, Fátima. *Los Medios de Difusión Mexicana en México*. Juan Pablos, México 2001. 330 pp.

Fernández Ruiz, Jorge y Santiago Sánchez, Javier, *Régimen jurídico de la radio, televisión y telecomunicaciones en general*, Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, México 2007, 198 pp.

Galán Bolaños Israel, *Ciudadanía, base de la democracia*. Cámara de Diputados LVII Legislatura, Porrúa, México 2003, 156 pp.

García Canclini, Néstor, *Reabrir espacios públicos. Políticas culturales y ciudadanía*. Universidad Autónoma de México y Plaza Valdés, México, 2004, 297 pp.

Innerarity, Daniel. *El nuevo espacio público*. Espace-Calpe, Madrid 2006, 268 pp.

Jiménez, Alfonso Armando. *Responsabilidad social, autorregulación y legislación en radio y televisión*, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Jurídicas, México 2002, 149 pp.

Kymlicka, William, *Politics in the vernacular: nationalism, multiculturalism and citizenship*, Oxford, Clarendon Press, 2001, 383 pp.

Lamas, Ernesto y Villamayor, Claudia. *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*. Friedrich Eberhard Stiftung, Proyecto Latinoamericano para medios de comunicación, Asociación Mundial de Radios Comunitarias, Ecuador Quito 1998. 258 pp.

Pepino Barela, Ana María. *Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina: origen, evolución y perspectiva*. UAM Unidad Azcapotzalco, México, 1999. 379 pp.

Ramírez Kuri, Patricia, *Espacio público y reconstrucción de ciudadanía*, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales/Miguel Ángel Porrúa, México 2003, 396 pp.

Romo Gil, Cristina. *La otra radio, voces débiles, voces de esperanza*, Fundación Manuel Buendía y el Instituto Mexicano de la Radio, México 1990. 196 pp.

Solís Lerey, Beatriz. *Retos y perspectivas de la comunicación en el marco de la Reforma del Estado*, Fundación Konrad Adenauer, México 2005, 143 pp.

Winocur, Rosalía. *Ciudadanos mediáticos*. Barcelona 2002, 220 pp.

### **Hemerográficas**

Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos generales para la orientación, planeación, autorización, coordinación, supervisión y evaluación de las estrategias, los programas y las campañas de comunicación social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para los ejercicios fiscales 2005-2006, *Diario Oficial de la Federación*, México, 30/12/04.

Bloqueos, Marchas y Plantones, *Revista Siempre*, número 2582, México Distrito Federal, diciembre 2003.

Sosa Plata, Gabriel, “La radio en México 2006, año de incertidumbres”, *Revista Mexicana de Comunicación* No.103, febrero-marzo 2007, 24-30 pp.

### **Cibergrafía**

Alva de la Selva, Alma Rosa, *Radio Sociedad y Política en México*, consultada en [http://javiercorral.org/article.php?id\\_article=1687](http://javiercorral.org/article.php?id_article=1687), el día 4 de noviembre de 2008.

Asociación Mundial de Radios Comunitarias, *¿Qué es una radio comunitaria?*, consultada en [http://alc.amarc.org/index.php?p=Que\\_es\\_una\\_Radio\\_Comunitaria](http://alc.amarc.org/index.php?p=Que_es_una_Radio_Comunitaria), el día 16/ de marzo de 2009.

Calleja, Aleida, “Derechos de papel”, en revista *Etcétera*, febrero-marzo 2008, consultado en <http://www.etcetera.com.mx/pag24cne87.asp>, el día 17 de abril de 2008.

Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, dirección de información e investigación, *Cuadro de televisoras y radiodifusoras*, consultado en [http://dgsrt.sct.gob.mx/index.php?id=448\\_blank](http://dgsrt.sct.gob.mx/index.php?id=448_blank), el día 1 de marzo de 2008.

Chaparro, Manuel, “Los escenarios europeo y latinoamericano. Medios comunitarios y ciudadanos”, en revista *Telos*, consultada en <http://www.campusred.net/telos/articuloexperiencia.asp?idarticulo=1&rev=74>, el día 21 de diciembre de 2008.

Cristina Pérez-Stadelmann, “La radio los „sintoniza””, en *El Universal*, disponible en <http://www.el-universal.com.mx/sociedad/582.html>, el 20 de enero de 2009.

Corral Jurado, Javier, ex senador de la República mexicana, *Etcétera*, marzo-abril 2003, consultado en: <http://www.etcetera.com.mx/pag33ne30.asp>, el día 31 de octubre de 2008.

Esteinou Madrid, Javier. “Propuestas de los intelectuales para la reforma de los medios de comunicación en México”, disponible en *Razón y palabra*, visitada en <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n27/jesteino.html>, el día 22 de marzo de 2009.

Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, consultada en <http://info4.juridicas.unam.mx/ijure/fed/9/>, el día 25 de junio de 2008.

Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, Ley Federal de Radio y Televisión, consultada en <http://info4.juridicas.unam.mx/ijure/fed/131/default.htm?s>, el día 5 de julio de 2008.

Instituto Mexicano de la Radio, *Informes de rendición de cuentas*, consultado en: [http://www.imer.com.mx/index.php?option=com\\_content&view=section&layout=blog&id=33&Itemid=210](http://www.imer.com.mx/index.php?option=com_content&view=section&layout=blog&id=33&Itemid=210), el día 3 de junio de 2008.

Islas, Laura, *La prioridad, Televisa*, disponible en <http://www.etcetera.com.mx/pag19ne12.asp>, consultado en noviembre de 2007.

Lamas, Ernesto, *Uso del lenguaje en una radio ciudadana*, ponencia durante Primer Congreso Internacional de la Lengua Española, realizado en Zacatecas, del 7 al 11 de abril 1997, consultado en <http://www.ucm.es/info/circulo/no8/zacatecas.htm>, el 21 de enero de 2009.

Levario Turcott, Marco, “La hora exacta de la Radio Ciudadana”, en *Etcétera*, septiembre-octubre de 2008, consultado en: <http://www.etcetera.com.mx/pag24-27cne87.asp>, visitado el día 14 de febrero de 2008.

Ley Federal de Radio y Televisión de Ecuador, consultada en [http://www.lexadin.nl/wlg/legis/nofr/oeur/arch/ecu/ley\\_radiodifusion.pdf](http://www.lexadin.nl/wlg/legis/nofr/oeur/arch/ecu/ley_radiodifusion.pdf), el día 1 de enero de 2009.

López Vigil, José Ignacio, “Voces ciudadanas en vísperas del nuevo milenio”, en *Envío*, disponible en <http://www.envio.org.ni/articulo/984>, consultada el día 17 de marzo de 2009.

Luz Orozco, María, Entrevista a Martha Romo, disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=6HAKBlxJrSQ>., consultada el 5 de octubre de 2009.

Matilla Correa, Andry. *Derecho administrativo y servicio público, trazos inconclusos desde una perspectiva jurídica*, consultado en la Biblioteca jurídica virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, disponible en <http://www.bibliojuridica.org/libros/6/2544/18.pdf>, visitado el día 12 de febrero de 2008.

Marulanda Juana, Directora Editorial de La Iniciativa de Comunicación, entrevista con Ernesto Lamas, cofundador de la Tribu, en Buenos Aires, Argentina, realizada el 13 de junio de 2002, consultada en: <http://www.comminit.com/en/node/67124>, el día 13 de marzo de 2009.

Mejía Barquera, Fernando, “Egresos radiofónicos”, en *Etcétera*, noviembre-diciembre 2001, consultada en <http://www.etcetera.com.mx/pag19ne14.asp>, el día 31 de octubre de 2008.

Radio Ciudadana, *Cronología*, consultada en [http://www.radiociudadana.imer.com.mx/index.php?option=com\\_content&task=view&id=148&Itemid=151](http://www.radiociudadana.imer.com.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=148&Itemid=151), el día 14 de abril de 2009.

Radio Educación, *Informes de rendición de cuentas*, consultado en [http://www.radioeducacion.edu.mx/index.php?option=com\\_content&task=view&id=74&Itemid=251](http://www.radioeducacion.edu.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=74&Itemid=251), el día 3 de junio de 2008.

Reporteros sin Frontera, *Reporteros Sin Fronteras y la Ley Resorte: El gobierno tendrá un arsenal de sanciones*, consultada en <http://www.sntp.org.ve/diciem03.htm>, el día 1 de enero de 2009.

Roque, Juan Carlos, *Reportaje sobre 'La Pirinola gira en la radio'*, consultada en Radio Nederland, realizada en noviembre de 2008, disponible en <http://www.haciendoradio.blogspot.com/2008/11/premio-para-la-pirinola-gira-en-la.html>, el día 22 de enero de 2009.

Secretaría de Comunicaciones y Transportes, *Infraestructura de estaciones de radio y televisión*, consultada en [http://dgsrt.sct.gob.mx/index.php?id=448\\_blank](http://dgsrt.sct.gob.mx/index.php?id=448_blank), el día 1 de marzo de 2008.

Sosa Plata, Gabriel, “Al presidente electo le faltó la ‘c’ del consumidor”, en *El Universal*, disponible en <http://www.eluniversal.com.mx/columnas/61692.html>, consultada el día 15 de diciembre de 2008.

Romo, Martha, Comunicado de prensa de Radio Educación, disponible en <http://www.radioeducacion.edu.mx/pdf/boletin.pdf>, consultado el 5 de octubre de 2009.

Torre, Wilbert, “El ¡ya! Se cumplió”, en *Reforma*, disponible en <http://busquedas.gruporeforma.com/reforma/Documentos/DocumentoImpresa.aspx?ValoresForma=52272-1061,wilbert+torre>, consultada el día 22 de marzo de 2009.

### **Fuentes vivas**

**Virgilio Caballero**, periodista e integrante del Consejo de Programación de la Radio Ciudadana, realizada en su oficina en el Distrito Federal, el día 23 de abril de 2009, alrededor de las 12:00 horas.

**Aleida Calleja**, vicepresidenta de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), vía telefónica, el día 10 de abril de 2008, alrededor de las 12:00 horas.

**Mercedes Charles Creel**, asesora del Observatorio Ciudadano de Medios Electrónicos, durante el Encuentro con tu propia Tele Visión (ponencia), el día 7 de octubre de 2007, alrededor de las 13:00 horas.

**Patricia Galeana**, conductora y directora de *Mujeres a la Tribuna*, programa pionero de la Radio Ciudadana, realizada en las oficinas del Instituto Mexicano de la Radio en el Distrito Federal, el 16 de enero 2009, a las 13:00 horas.

**Héctor García Robledo**, gerente de la Radio Ciudadana, en la Cineteca Nacional, el 19 de septiembre 2008, alrededor de las 16:00 horas.

**Pilar Martínez**, conductora de *Microbitos*, programa pionero en la Radio Ciudadana, realizada en las oficinas del Instituto Mexicano de la Radio en el Distrito Federal, el 19 de abril de 2009, a las 10:30 horas.

**Gerardo Olguín**, productor de *Microbitos*, programa pionero en la Radio Ciudadana, realizada en las oficinas del Instituto Mexicano de la Radio en el Distrito Federal, el 19 de abril de 2009, a las 10:30 horas.

**Isaac Palacios**, productor general de la Radio Ciudadana, realizada en las oficinas del Instituto Mexicano de la Radio en el Distrito Federal, el 29 de enero 2009, a las 14:30 horas.

**Gabriel Sosa Plata**, periodista experto en medios de comunicación e integrante del Consejo de Programación de la Radio Ciudadana, realizada vía telefónica, el 14 de abril 2008.

**Beatriz Solís Leree**, profesora titular del departamento de Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, entrevistada en su cubículo de la universidad, el 21 de julio de 2008, a las 12:00 horas.

**Éricka Tapia**, productora de *Mujeres a la Tribuna*, programa pionero de la Radio Ciudadana, realizada en las oficinas del Instituto Mexicano de la Radio en el Distrito Federal, el 16 de enero 2009, a las 14:00 horas.

**Raúl Trejo Delarbre**, investigador del Instituto de Investigaciones sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, durante el Encuentro con tu propia Tele Visión, el día 7 de octubre de 2007, alrededor de las 14:00 horas.

**Álvarez del Castillo, Fernando**, director de Radio UNAM (2004-2008), entrevistado en su oficina, ubicada en Adolfo Prieto 133, Colonia del Valle, México DF, el día 9 de febrero de 2007, cerca de las 13:00 horas.